NAPOLEON HILL & CHARLES H. CRANFORD

# NGHĨ GIÀU LÀM GIÀU

## & TRẢI NGHIỆM Ở VIỆT NAM

# THINK & GROW RICH IN VIETNAM

THÀNH CÔNG
NIỀM TIN THỰC TIỄN
HÃY LÀM TỐT HƠN CHÚT NỮA
TỰ CHỦ
CHÚ Ý CÓ KIỂM SOÁT
XÁC ĐỊNH MỤC ĐÍCH
SUY NGHĨ THẤU ĐÁO
THÁI ĐỘ TÍCH CỰC
TRÍ TƯỞNG TƯỢNG
SỰ NÓNG NHIỆT
GIỮ CƠ THỂ KHỎE MẠNH
HỌC HỎI TỪ NGHỊCH CẢNH VÀ THẤT BẠI
TÍNH CÁCH ĐỂ THƯƠNG
SỰ HỢP TÁC
PHÂN CHIA QUỸ THỜI GIAN VÀ TIỀN BẠC
LIÊN MINH TRÍ TUỆ
QUY LUẬT SỨC MẠNH VŨ TRỤ
NGHĨ GIÀU LÀM GIÀU VÀ TRẢI NGHIỆM Ở VIỆT NAM

NHÀ XUẤT BẢN TỔNG HỢP TP. HỒ CHÍ MINH

# Duong Kobo's Book Club

*Tủ sách Kỹ thuật số*
*dành cho*
*Kindle & Kobo*

SCAN TO JOIN

# LỜI NÓI ĐẦU

Có lẽ chưa có tác phẩm nào lại ảnh hưởng đến nhiều người như quyển sách kinh điển Think and Grow Rich của Napoleon Hill. Xuất bản vào năm 1937, hàng triệu quyển sách này đã được bán trên toàn thế giới và cho đến ngày nay vẫn thuộc danh sách những tác phẩm bán chạy nhất của thể loại này. Với một cuộc đời đầy thăng trầm và không ít lần rỗng túi rồi lại trở nên giàu có vượt bậc, duy chỉ cuộc đời lẫn sự nghiệp tài chính của Napoleon Hill cũng đủ trở thành một tác phẩm đáng đọc. Những gì ông viết không phải là lý thuyết về sự giàu nghèo mà chính là những trải nghiệm của bản thân ông - một trong những nhân vật thành đạt nhất nước Mỹ.

Tôi viết quyển sách này với vai trò một cộng sự của Napoleon Hill, cũng là người từng vấp ngã nhiều lần trên phương diện tài chính như ông ấy và nhờ vậy mà khi nhìn lại, tôi nhận ra rằng những sai lầm do cố tìm cách để thành công giờ đây lại mách cho mình biết rằng mình phải làm gì và làm như thế nào để thành công.

Hồi tôi còn trẻ, Hill bảo rằng sẽ có ngày tôi gặp thất bại và cách tôi đương đầu với nó sẽ ghi dấu một bước ngoặt trong đời tôi. Hồi đó tôi rất may mắn trong việc kiếm tiền. Nhưng rồi khi gặp thất bại, khi tất cả thế giới giàu có của tôi bị tước đoạt và lòng tôi đổ vỡ tan nát, tôi nhớ lời Hill nói mọi chuyện này rồi cũng sẽ qua như đã từng xảy ra với ông ấy, và thế là tôi lấy lại hy vọng. Do vậy nếu cuộc sống của bạn có tăm tối đến mấy thì cũng hãy nhớ rằng Hill và tôi đã từng trải qua những ngày tháng đen tối nhất do không tiền, không gia đình vì đổ vỡ nhưng vẫn không mất đi niềm hy vọng. Hãy mạnh mẽ và lấy lại niềm tin cũng như khát vọng trong cuộc sống, để thấy rằng trong mỗi thất bại đều có một hạt mầm thành công.

Tôi rất biết ơn Napoleon Hill vì đã chia sẻ với tôi rất nhiều điều từ chính bản thân ông mà tôi đã chuyển tải vào trong quyển sách

này dành cho bạn.

Một trong những câu mà tôi vẫn thường tự hỏi là liệu tôi có cần phải có một trình độ giáo dục mới có thể bắt tay vào kinh doanh hay nghĩ ra một ý tưởng to lớn nào đó? Thực tế là tôi chưa từng gặp một người nào mà trình độ giáo dục là yếu tố chính giúp họ thành công hay sáng tạo ra các ý tưởng. Trong thực tế, chính sự giáo dục lại có thể hóa thành tảng đá khiến bạn vấp ngã nếu bạn không cẩn thận và để não trái thống trị não phải, tức lý trí thống trị tình cảm, bởi chính não phải mới cho chúng ta khả năng suy nghĩ trực giác vốn cần thiết cho việc sáng tạo và phát minh.

Hoàn cảnh không tạo nên con người mà ngược lại, chính con người mới tạo ra những hoàn cảnh giúp định hình các suy nghĩ có lợi cho bản thân. Những gì một người có được không phải là cái họ ước ao, cầu mong mà chính là cái họ thật sự làm ra, bởi vậy mà có một thành ngữ cổ nói rằng kiếm tiền không có nghĩa là giữ tiền, mà tạo ra tiền mới là giữ tiền. Tôi nhận ra rằng con người thường muốn cải thiện hoàn cảnh nhưng lại không sẵn lòng cải thiện bản thân, chính vì thế mà luôn ở trong trạng thái nghèo nàn về tinh thần, tâm trí và cuộc sống, trong đó bao gồm cả tiền bạc.

Sau khi bạn thay đổi suy nghĩ về con người và sự việc, sự việc và con người cũng sẽ thay đổi suy nghĩ của họ về bạn. Chúng ta vẫn nghĩ rằng suy nghĩ là một điều bí mật chẳng ai biết nhưng thật ra không phải như thế, bởi suy nghĩ sẽ nhanh chóng cô đọng thành thói quen rồi hoàn cảnh và cuối cùng là trở thành thực tế. Chúng ta chính là những gì chúng ta suy nghĩ đến.

Columbus đã ấp ủ hình ảnh về một thế giới mới và ông đã khám phá ra nó. Đức Phật đã hình dung ra một thế giới tươi đẹp không tì vết và sự bình yên hoàn hảo trong tâm hồn và ngài đã đặt chân đến thế giới đó.

Ngay cả khi tâm hồn của bạn có như một con thuyền đang tròng trành vì bão, cho dù bạn có đang sống trong điều kiện như thế nào đi nữa thì hãy nhớ rằng, những bến bờ của biển đời vẫn đang chờ bạn với lòng hăm hở để về đích. Vậy thì tại sao bạn lại đang cứ đợi? Hãy bắt đầu ngay hành trình thành công của mình, trước tiên là với những mục tiêu mới của mình.

Hãy đọc quyển sách này và thay đổi cuộc đời bạn! Hãy đón nhận những gì mà một cuộc đời giàu có đang chờ đón bạn, hãy dong buồm ra khơi và cập bến với những kho báu của biển đời.

**Charles H. Cranford**

# Về tác giả

**CHARLES H. CRANFORD**

Sinh năm 1940 tại Snyder, Oklahoma, hiện Charles H. Cranford là giáo sư hướng dẫn luận văn tiến sĩ cho các nghiên cứu sinh tại Philippines State University - Hong Kong. Ông còn là Trưởng khoa danh dự của Khoa Quản trị Kinh doanh, Đại học Nguyễn Tất Thành. Những năm gần đây, ông dành thời gian để phát triển một chương trình giảng dạy mới nhằm huấn luyện phát triển não phải cho trẻ mầm non.

Charles H. Cranford đã trải qua một tuổi thơ nghèo khó. Lên 5 tuổi, gia đình ông chuyển đến sống tại Texas nơi bố ông làm việc cho một đồn điền cao su suốt thế chiến thứ 2. Lên 6 tuổi, ông đã nghĩ cách kiếm tiền để mua những thứ mà bố mẹ không sắm cho mình được. Đầu tiên, ông nhờ mẹ đặt mua thiệp Giáng Sinh rồi tìm cách bán lại. Sau đó, ông xách xô và xà phòng đến khu nhà tập thể dành cho người độc thân của công ty cách nhà hai dặm để lau dọn phòng cho mọi người ở đó và kiếm tiền. Tại đây, ông đã học được bài học thứ 1, đó là đừng tranh cãi giá cả mà hãy vui vẻ nhận việc và để những người đàn ông ấy tự quyết định thù lao, vì khi họ đã trở thành bạn bè và có thiện cảm với ông, ông sẽ nhận được khoản tiền nhiều hon mức giá mà ông có thể thương lượng.

Lên 7 tuổi, ông chuyển sang mua bán truyện cười; và bố mẹ của cậu bé đã bán truyện cho ông đến đòi mua lại số truyện đó vì cho rằng con họ đã bán chỗ truyện ấy cho ông với giá rẻ mạt. Và ông học được bài học thứ 2, đó là lúc nào cũng phải trả giá hời cho người khác vì trong chuyện buôn bán, cả hai phải cùng có lợi, bằng không bạn sẽ chẳng bao giờ giàu có được.

Nghĩa là, từ khi mới lên 7 tuổi ông đã là một doanh nhân.

Năm 1950, ông nhận ra cái vùng quê nhỏ bé nơi mình ở không hề có tờ báo địa phương nào. Thế là ông nhờ mẹ đặt mua báo, nhận

đơn hàng và thuê thêm vài cậu bé lớn tuổi hơn mình đi giao báo rồi đích thân ông đi thu tiền hàng tháng. Trong việc kinh doanh này, ông gặp khó khăn khi thu tiền vì một số người chậm trễ. Và do vậy, bài học thứ 3 mà ông học được chính là, bán thì dễ nhưng thu tiền mới khó.

Ngoài ra, còn rất nhiều bài học khác mà ông đã học được trong sự nghiệp kinh doanh tiếp theo của thời niên thiếu như không bao giờ đầu tư vào những việc bất hợp pháp; không bao giờ chịu đầu hàng; thành công là một hành trình chứ không phải đích đến; phải luôn suy nghĩ sáng tạo...

Năm 1960, Napoleon Hill và Charles H. Cranford bắt đầu cộng tác với nhau. Trong những năm 60, họ tìm cách thực hiện ý tưởng của Charles đưa những quyển sách vào băng cassette. Sau nhiều lần thất bại nhưng không ngừng nỗ lực, ông đã thành công và là người đầu tiên trên thế giới sản xuất sách nói thương mại, đã bán ra được hàng triệu băng cassette Think and Grow Rich qua hệ thống bán hàng Amway và trở thành triệu phú năm 21 tuổi.

1965-1966, Charles H. Cranford trở thành một người bán hàng quốc tế' giỏi nhất và là thành viên của câu lạc bộ các chủ tịch tập đoàn bao gồm mọi đối thủ cạnh tranh của mình là Earl Nightingale, SMI, W. Clement Stone và các công ty Hoa Kỳ.

1967-1971, Charles H. Cranford làm việc với Napoleon Hill và E. Keown, người đứng đầu tổ chức Napoleon Hill Foundation để tiếp thị và viết ra những cuốn sách mới. Tháng 11 năm 1970, Napoleon Hill qua đời, để lại tác phẩm Think and Grow Rich nổi tiếng luôn dẫn đầu danh sách những tác phẩm bán chạy nhất. Không lâu sau đó, Charles H Cranford cũng về hưu và cho Glenn Turner Dare to be Great thuê bản quyền xuất bản, đồng thời ký một hợp đồng tư vấn cho các công ty của Glenn trong hai năm.

Từ năm 1977, Charles H. Cranford bắt đầu đầu tư vào nhiều lĩnh vực kinh doanh khác nhau, từ máy tập thể dục điện tử cho đến địa ốc, khí đốt, nhà nghỉ, bất động sản, trang trại đà điểu, môn thể thao pô-lô... và sở hữu khối tài sản 44 triệu đô la năm 52 tuổi.

Không may, vợ ông và nhân tình đã tìm cách đưa ông vào tù và chiếm đoạt toàn bộ tài sản.Với niềm kiêu hãnh và tự tin vào tài năng của mình, ông từ bỏ vụ kiện tranh chấp tài sản với vợ và khăn gói lên đường sang Trung Quốc gây dựng lại sự nghiệp, kiếm tìm hạnh phúc với vỏn vẹn 1.000 đô la ở tuổi 54 và không một chữ Trung Quốc bẻ đôi, quyết tâm chứng minh lần nữa triết lý

làm giàu của mình. Và công việc đầu tiên ông làm tại đây là trở thành một giáo viên dạy tiếng Anh và sau đó là Hiệu trưởng một trường song ngữ. Nơi đây, ông đã tái hôn với một nữ luật sư người Trung Quốc. Khi đã gầy dựng được gia sản là một căn nhà và 5 mẫu đất tại Dallas, Texas, ông đưa người vợ thứ hai này về đây sống và cho bà làm chủ căn nhà đó. Người vợ này không chịu trở về Trung Quốc và khi ông buộc bà phải trở về quê hương thì bà đã tố ông tội lạm dụng phụ nữ. Vụ kiện bất thành vì thiếu bằng chứng còn Charles H. Cranford nhanh chóng nhận ra người phụ nữ này đã lấy ông vì tiền và để sang Hoa Kỳ sinh sống. Họ ly dị, Charles H. Cranford một lần nữa trở về Trung Quốc với hai bàn tay trắng. Không chỉ dừng lại ở đó, người vợ này còn tìm cách trục xuất ông ra khỏi Trung Quốc. Một lần nữa, Charles H.Cranford đã làm lại từ đầu khi đến Việt Nam để giảng dạy chỉ với 1.000 đô la trong túi và kiến thức của mình...

Cuộc đời của Charles H. Cranford quả là một câu chuyện thăng trầm, nhưng có lẽ điểm nổi bật vẫn là một nghị lực phi thường, cho dù trên đỉnh thành công và thất bại ê chề vô số lần nhưng không bao giờ bỏ cuộc. Mời bạn tìm đọc thêm về Charles H. Cranford tại trang web www.successchc.com

# Phần 1
# KHOA HỌC LÀM GIÀU

Những thông tin này mang tính thực tiễn chứ không phải triết lý, là một cẩm nang thực tiễn chứ không phải một chuyên luận lý thuyết. Nó được dành cho những ai đang khát khao kiếm tiền, những ai đang ước muốn làm giàu.

Chúng tôi mong độc giả sẽ tin tưởng vào những thông điệp nền tảng này như thể tin tưởng vào các quy luật điện năng và họ sẽ chứng tỏ niềm tin đó bằng cách hành động không sợ hãi hay do dự. Tất cả mọi người, dù là nam hay nữ, khi thực hành điều này chắc chắn sẽ trở nên giàu có, bởi khoa học được áp dụng ở đây là một khoa học chính xác. Kế hoạch hành động được trình bày trong quyển sách này được suy luận từ các kết luận về triết học và đã được kiểm nghiệm toàn diện và tỏ ra hiệu quả trong thí nghiệm thực tế.

Điều mà tôi lo ngại bây giờ là những người chỉ biết nói "KHÔNG" hoặc "TÔI KHÔNG THỂ" vì chắc chắn những độc giả như thế sẽ không gặt hái được điều gì từ thành quả của quyển sách này.

1. Quyền được làm giàu

2. Có một môn Khoa học Làm giàu

3. Cơ hội có dành riêng cho một ai?

4. Nguyên tắc đầu tiên của Khoa học Làm giàu

5. Nâng tầm cuộc sống

6. Của cải đến với bạn bằng cách nào?

7. Lòng biết ơn

8. Suy nghĩ đúng cách

9. Sử dụng ý chí như thế nào?

10. Tận dụng ý chí theo cách khác

11. Hành động theo cách nhất định

12. Hành động hiệu quả

13. Chọn đúng ngành kinh doanh

14. Ấn tượng về sự gia tăng

15. Người cấp tiến

16. Một số lưu ý và quan sát kết luận

17. Tóm tắt Khoa học Làm giàu

# 1.
# QUYỀN ĐƯỢC LÀM GIÀU

Mặc cho người ta có ngợi ca cái nghèo ra sao đi nữa thì thực tế vẫn cho thấy rằng một người vẫn khó có thể sống cuộc đời thật sự trọn vẹn hay thành công mà không cần giàu có. Không ai có thể phát triển tối đa tài năng cũng như tâm hồn nếu không có đủ tiền; bởi để khai mở tài năng và tâm hồn, người ta cần dùng đến nhiều công cụ, và nếu không có tiền thì không thể mua được những thứ đó.

Tôi sẽ không nói về sự giàu có theo cách bóng bẩy, và giàu có đích thực không có nghĩa là hài lòng hay thỏa mãn với những điều bé nhỏ. Mục đích của Tạo hóa là sự tiến bộ và khám phá cuộc sống, và tất cả mọi người nên có mọi thứ góp phần tạo nên sức mạnh, vẻ đẹp và giàu có của cuộc sống.

Cuộc sống đã tiến rất xa và do vậy cũng trở nên phức tạp đến mức một người bình thường cũng đòi hỏi nhiều tiền của để sống một cuộc sống hướng tới sự hoàn hảo. Lẽ tự nhiên, mọi người đều muốn trở thành những gì mình có thể. Chính khát khao này đã hiện thực hóa mọi khả năng vốn có trong con người, và chúng ta không thể cưỡng lại ước muốn được phát huy tất cả những gì mình có thể để trở thành con người mình mong muốn.

Ước muốn làm giàu chẳng có gì là sai trái. Khát vọng làm giàu thật ra chính là khát vọng có được một cuộc sống giàu có, trọn vẹn và phong phú hơn, và khát vọng đó xứng đáng được ca ngợi. Có ba động cơ để chúng ta sống: sống cho tâm hồn, trí tuệ và thể xác. Trong ba cái đó, chẳng có cái nào thiêng liêng hơn hay tốt đẹp hơn cái khác mà cả ba đều đáng được khát khao như nhau, và chẳng có cái nào trong số ba yếu tố này có thể sống trọn vẹn nếu một hoặc những yếu tố còn lại không được trọn vẹn.

Chúng ta đều không lạ với những hậu quả ghê gớm từ lối sống chỉ quan tâm đến thể xác mà quên mất trí tuệ, tâm hồn, và chúng ta hiểu rằng cuộc sống đích thực chính là tất cả những gì một người có thể cho đi thông qua thể xác, trí tuệ và tâm hồn. Và cho dù có nói gì đi nữa, một người cũng không thể nào thật sự hạnh phúc hay thỏa mãn trừ khi cơ thể của anh ta thật sự sống với đầy đủ các chức năng của nó. Bất kể khi nào có một chức năng hay khả năng nào đó không được hoạt động hay phát huy, lập tức con người bắt đầu cảm thấy khát khao không được thỏa mãn. Khát khao chính là khả năng tìm cách để thực hiện một chức năng, một hành động nào đó.

Con người không thể nào sống tốt đẹp về thể chất nếu không có thức ăn ngon, quần áo đẹp và chỗ ở ấm áp cũng như được nghỉ ngơi sau những giờ phút lao động vất vả. Nghỉ ngơi và thư giãn để tái tạo năng lượng là một việc rất cần cho thể chất của con người.

Con người cũng không thể nào sống trọn vẹn về tinh thần nếu không có sách vở và thời gian để nghiền ngẫm những điều hay từ sách vở, nếu không có cơ hội để du lịch và quan sát, hay sự đồng hành về mặt trí tuệ. Để sống trọn vẹn về mặt trí tuệ, con người cần những giây phút tiêu khiển đầu óc và sống với những tác phẩm nghệ thuật mà anh ta có thể sử dụng hay tán dương.

Để sống trọn vẹn về mặt tâm hồn, con người phải có tình yêu. Niềm hạnh phúc cao nhất của con người chính là ở những gì anh ta nhận được từ những người yêu thương mình. Trong khi đó, bản chất cũng như hình thức tự nhiên nhất của tình yêu chính là sự cho đi và ban tặng.

Như vậy, sẽ là một điều hết sức đúng đắn khi bạn khát khao được giàu có, khi bạn dành sự chú tâm của mình cho Khoa học Làm giàu, vì đó chính là bộ môn căn bản và cần thiết cho cuộc đời. Nếu hờ hững với bộ môn này nghĩa là bạn đã xao lãng trách nhiệm đối với chính bản thân mình, với Thượng đế và nhân loại, bởi bạn không thể dâng tặng cho Thượng đế và nhân loại sự phụng sự nào tốt hơn là phát huy tối đa khả năng của bản thân.

# 2.

# CÓ MỘT MÔN KHOA HỌC LÀM GIÀU

Có một môn Khoa học Làm giàu, và đó là ngành khoa học chuẩn xác cũng giống như đại số hay số học. Có một số nguyên tắc chi phối tiến trình làm giàu mà một khi con người đã học hỏi và tuân theo, anh ta sẽ thành công với mức độ chắc chắn và chuẩn xác như toán học vậy.

Một người sở hữu tiền bạc và tài sản là vì đã làm một số việc theo một cách riêng nhất định và những ai đã làm theo Cách Nhất định đó, cho dù là tình cờ hay cố ý, đều sẽ trở nên giàu có trong khi những người còn lại, cho dù là họ có hiểu biết và tài năng, cũng thường sống trong nghèo khổ.

Đó là một quy luật tự nhiên cũng giống như quy luật nhân - quả; và do đó, bất kỳ người nào biết làm mọi thứ theo Cách Nhất định nào đó đều sẽ trở nên giàu có. Đây là một sự thật được thể hiện qua các yếu tố sau:

Giàu có không phụ thuộc vào môi trường, bởi nếu thế thì tất cả những người sống gần với kẻ giàu có đều đã trở nên giàu có, dẫn đến tình trạng cả một thành phố cùng giàu có trong khi những thành phố khác vẫn nghèo, hay một tiểu bang thì giàu có trong khi những tiểu bang lân cận vẫn nghèo.

Thực tế cho thấy cái nghèo và giàu luôn sống bên cạnh nhau, trong cùng một môi trường và giữa một ngành nghề. Ví dụ như hai người cùng sống trong một vùng, cùng kinh doanh một mặt hàng nhưng một người thì giàu lên còn người kia thì vẫn nghèo. Điều đó cho thấy rằng sự giàu có không hề phụ thuộc vào môi trường. Một số môi trường tỏ ra thuận lợi hơn những vùng khác,

nhưng khi hai người cùng kinh doanh một mặt hàng và một người thì giàu có còn người kia thất bại thì điều đó có nghĩa giàu có là kết quả của việc áp dụng một Cách Nhất định nào đó. Hơn nữa, khả năng làm việc theo Cách Nhất định không chỉ nhờ vào tài năng, bởi rất nhiều người có tài nhưng vẫn nghèo khổ, trong khi có những người có rất ít tài năng nhưng lại giàu có.

Khi nghiên cứu những người giàu, chúng tôi nhận thấy họ được đánh giá trung bình về mọi mặt, nghĩa là không tài giỏi hơn những người khác. Điều đó cho thấy họ giàu có không phải vì có những tài năng mà người khác không có mà là vì họ đã làm mọi thứ theo một Cách Nhất định.

Giàu có không phải là kết quả của sự tằn tiện hay tiết kiệm, bởi rất nhiều kẻ bủn xỉn vẫn nghèo khổ trong khi nhiều người tiêu pha rộng rãi vẫn giàu có. Giàu có cũng không phải là do bạn làm được những gì người khác không làm được, bởi nếu hai người cùng kinh doanh một ngành hàng và thực hiện công việc gần như giống hệt nhau thì vẫn có một người giàu còn người kia thì phá sản. Tất cả những điều đó khiến chúng ta đi đến kết luận rằng, giàu có là do bạn làm mọi thứ theo Cách Nhất định.

Nếu giàu có là kết quả của việc làm mọi việc theo Cách Nhất định, và nếu cùng nguyên nhân luôn dẫn đến cùng kết quả, thì bất kỳ người nào có thể làm theo cách đó đều sẽ trở nên giàu có - và tất cả những điều này dẫn đến phạm vi của một môn khoa học chính xác.

Đến đây nảy sinh câu hỏi, phải chăng cái Cách Nhất định đó khó đến nỗi chẳng mấy người theo được?

Điều này không đúng, bởi chúng ta cũng thấy rằng người giàu có đủ loại: người có tài làm giàu, người đần độn cũng làm giàu; người thông minh sáng láng làm giàu, người xuẩn ngốc cũng làm giàu; người thể chất khỏe mạnh làm giàu, người ốm yếu cũng làm giàu. Dĩ nhiên là bạn phải có khả năng suy nghĩ và thấu hiểu ở một mức độ nào đó, nhưng thực tế mà nói, bất kỳ người nào biết đọc và hiểu được chữ nghĩa là đã có thể làm giàu. Bên cạnh đó, chúng ta cũng không nhận thấy tầm quan trọng của môi trường đối với việc làm giàu. Dĩ nhiên là địa thế cũng có một giá trị nhất định, bởi chẳng ai có thể đến giữa sa mạc Sahara mà mong mua may bán đắt được. Để làm giàu, buộc bạn phải giao dịch với con người và sống tại nơi có người và nếu họ xuôi theo ý bạn trong giao dịch thì càng tốt. Nhưng đó cũng là tất cả những gì mà yếu tố môi trường có thể tác động đến việc làm giàu. Nếu có ai đó trong

thành phố của bạn có thể làm giàu thì bạn cũng thế. Tôi xin nhắc lại một lần nữa rằng vấn đề không phải ở chỗ bạn chọn một hình thức kinh doanh hay nghề nghiệp riêng biệt nào. Bởi mọi người làm giàu trong mọi lĩnh vực, mọi nghề nghiệp, trong khi người hàng xóm của họ vẫn sống nghèo khổ.

Có một sự thật là bạn sẽ làm tốt nhất trong lĩnh vực kinh doanh mà bạn thích và cảm thấy thoải mái, và nếu bạn có sẵn một số tài năng nào đó, bạn sẽ làm tốt nhất trong những lĩnh vực đòi hỏi các tài năng đó. Bên cạnh đó, bạn cũng sẽ làm tốt nhất trong lĩnh vực kinh doanh phù hợp với địa phương bạn đang hoạt động, chẳng hạn như một người bán kem sẽ kinh doanh tốt hơn ở xứ nóng thay vì ở Greenland giá lạnh và nghề nuôi cá hồi sẽ phát triển hơn ở vùng Tây Bắc so với Florida vốn là nơi không có cá hồi.

Tuy nhiên, bên cạnh những giới hạn chung đó, làm giàu không phụ thuộc vào việc bạn tham gia vào một lĩnh vực kinh doanh đặc biệt nào đó, mà là do ở Cách thức bạn thực hiện công việc của mình. Thiếu vốn không phải là yếu tố ngăn cản bạn làm giàu. Dĩ nhiên là nếu có nhiều vốn, bạn có thể phát triển kinh doanh nhanh chóng và dễ dàng nhưng một người có vốn thì đã là giàu có rồi nên không cần phải suy nghĩ xem phải làm gì để giàu có nữa. Cho dù bạn có nghèo đến mấy nhưng nếu làm đúng Cách Nhất định, bạn sẽ trở nên giàu có và có vốn. Tạo vốn là một phần trong tiến trình làm giàu và là một phần của kết quả mà bạn sẽ nhận được nếu làm việc theo Cách Nhất định. Có thể bạn là người nghèo nhất châu lục và đang chìm trong nợ nần; có thể bạn không có bạn bè hay nguồn lực trợ giúp, nhưng nếu bạn bắt đầu thực hiện mọi thứ theo Cách Nhất định, bạn sẽ trở nên giàu có vì cùng nguyên nhân sẽ dẫn đến cùng kết quả, đó là hệ quả tất yếu. Nếu không có vốn, bạn sẽ có vốn; nếu đang kinh doanh sai lệch, bạn sẽ đi đúng đường; và bạn hoàn toàn có thể làm như thế bằng cách bắt đầu với công việc kinh doanh hiện tại của mình ngay tại môi trường của mình theo Cách Nhất định để dẫn đến thành công.

# 3.

# CƠ HỘI CÓ DÀNH RIÊNG CHO MỘT AI?

Không ai nghèo vì bị tước mất cơ hội làm giàu hay vì người khác đã độc chiếm hết của cải và lập hàng rào xung quanh nó. Cánh cửa kinh doanh có thể đóng lại với bạn ở một số lĩnh vực nào đó, nhưng chắc chắn rằng sẽ có những cánh cửa khác lại mở ra với bạn.

Nếu bạn là một công nhân của nhà máy thép thì quả đúng là bạn khó có cơ hội trở thành người chủ của nhà máy đó, nhưng nếu làm theo Cách Nhất định, bạn có thể nhanh chóng rời bỏ nhà máy đó để mua một nông trại nhỏ và bắt đầu sản xuất nông sản. Thời nay có rất nhiều cơ hội cho những người hăng say trồng trọt trên các mảnh đất nhỏ và họ dễ dàng làm giàu. Có thể bạn sẽ nói mình không đủ tiền để mua đất, nhưng tôi sẽ chứng minh cho bạn thấy điều đó hoàn toàn có thể nếu bạn làm việc theo một Cách Nhất định. Mỗi cơn thủy triều tại những thời điểm khác nhau sẽ mang đến cho bạn những cơ hội khác nhau, tùy theo nhu cầu và giai đoạn phát triển xã hội.

Có rất nhiều cơ hội cho những ai đi theo dòng thủy triều đó thay vì lội ngược dòng. Do vậy mà những công nhân, dù là cá nhân hay cả giai cấp, cũng có cơ hội như mọi người. Họ không hề bị "dìm hàng" bởi các ông chủ và cũng không bị "chà đạp" bởi những công ty và tập đoàn tài chính khổng lồ.

Giai cấp công nhân có thể trở thành giai cấp ông chủ nếu họ biết ứng dụng Khoa học Làm giàu, bởi nguyên tắc làm giàu luôn đúng với họ cũng như với tất cả những người khác. Họ phải học lấy điều này, bằng không sẽ mãi ở vị trí hiện tại nếu cứ tiếp tục làm theo những gì họ đang làm. Một người công nhân có thể theo con sóng

làm giàu và quyển sách này sẽ chỉ cho anh ta thấy phải làm như thế nào. Chẳng ai phải chịu cảnh nghèo khổ vì thiếu phương tiện hỗ trợ làm giàu bởi luôn có đủ nguồn trợ giúp cho tất cả mọi người.

# 4.

# NGUYÊN TẮC ĐẦU TIÊN CỦA KHOA HỌC LÀM GIÀU

Suy nghĩ là sức mạnh duy nhất có thể tạo nên sự giàu có.

Chúng ta sống trong một thế giới tư duy vốn là một phần của vũ trụ tư duy. Tuy nhiên, cho đến nay thì con người chỉ giới hạn mọi nỗ lực của mình vào công việc của đôi bàn tay: chúng ta đã áp dụng sức lao động tay chân vào thế giới của hình hài vật thể và tìm cách thay đổi những thứ đã sẵn có, mà chưa bao giờ nghĩ đến việc cố tạo ra những hình thể mới bằng cách thông qua suy nghĩ.

Khi con người có một suy-nghĩ-mang-hình-ảnh, anh ta sẽ dùng vật chất có sẵn trong tự nhiên và tạo nên hình ảnh có sẵn trong tâm trí. Cho đến bây giờ thì con người vẫn nỗ lực rất ít hoặc gần như không có trong việc hợp tác với Nguồn trí tuệ Vô hình hay làm việc "với Thượng đế". Anh ta không hề mơ ước rằng mình có thể "làm những gì mình đã thấy Thượng đế làm". Con người tái tạo hình dáng và chỉnh sửa vật thể từ những cái đã có sẵn thông qua lao động tay chân mà không hề tự hỏi liệu mình có thể tạo ra mọi thứ từ Chất Vô hình bằng cách trao đổi suy nghĩ với nó. Chúng tôi sẽ chứng minh được rằng họ hoàn toàn có thể làm điều đó; chứng minh rằng bất kỳ người nào cũng có thể làm điều đó, và trình bày cách làm ở đây. Bước đầu tiên, chúng ta phải đề ra ba vị trí nền tảng:

Trước hết, chúng tôi khẳng định là chỉ có một vật liệu hay Chất Vô hình vốn tạo ra mọi vật. Tất cả mọi yếu tố thật ra chỉ là những dạng thức khác nhau của cùng một yếu tố, mọi dạng thức vô cơ và hữu cơ trong thế giới tự nhiên chỉ là những hình thức khác nhau của cùng một vật liệu.

Thứ hai, con người có thể tạo ra vật thể trong suy nghĩ của mình, và thông qua ấn tượng để lại nơi vật thể phi hình đó, có thể khiến cho những gì anh ta nghĩ đến biến thành hiện thực. Đó là bởi vì con người là trung tâm tư duy, có thể sáng tạo ra hoặc tạo hình cho cái mà anh ta đang nghĩ đến.

Thứ ba, để làm mọi việc theo một cách mà bạn muốn, bạn sẽ phải học cách suy nghĩ theo cách mà bạn muốn.

Đó là bước đầu tiên để làm giàu. Nó đòi hỏi bạn phải có một sức mạnh LÀM CHỦ TÂM TRÍ để có thể chế ngự số phận và có những gì mình muốn.

# 5.
# NÂNG TẦM CUỘC SỐNG

Bạn cần rũ bỏ mọi ý tưởng cũ kỹ cho rằng có một vị thần thánh nào đó buộc bạn phải chịu cảnh nghèo khổ, hoặc chủ tâm bắt bạn phải phục vụ trong kiếp sống nghèo. Tất cả mọi sinh vật đều không ngừng tìm cách mở rộng cuộc sống, bởi bản chất cuộc sống chính là tăng trưởng. Một hạt mầm khi được gieo vào đất sẽ bám rễ thành cây và sẽ sản sinh ra hàng trăm hạt mầm khác.

Trí tuệ cũng cần có sự tăng trưởng không ngừng như thế. Mỗi suy nghĩ mà chúng ta có sẽ khiến chúng ta tiếp tục nảy sinh thêm những suy nghĩ khác và ý thức sẽ không ngừng mở rộng. Mỗi tài năng mà chúng ta trau dồi mang đến cho tâm trí ta khát khao trau dồi một tài năng khác, khiến chúng ta hiểu biết nhiều hơn, hành động nhiều hơn và sống nhiều hơn. Và để được như thế, chúng ta phải có nhiều đồ vật để sử dụng bởi chúng ta chỉ có thể biết nhiều hơn, làm nhiều hơn và trở thành nhiều điều hơn nhờ sử dụng các công cụ. Do đó, chúng ta phải giàu có để tận hưởng cuộc sống trọn vẹn hơn.

Tạo hóa luôn thân thiện với các kế hoạch của bạn. Mọi thứ đều là để dành cho bạn, hãy ghi nhớ sự thật đó. Tuy nhiên, điều cốt lõi là mục đích của bạn nhất thiết phải hài hòa với mục đích của Tạo hóa. Bạn phải mong muốn một cuộc sống đích thực chứ không phải chỉ là niềm vui trong sự thỏa mãn nhục dục và sống một cách thô tục như loài động vật. Đó không phải là cuộc sống. Bạn muốn giàu có để có thể tận hưởng những phút giây ăn uống vui vẻ, để sống giữa những thứ đẹp đẽ, để được nhìn thấy những miền đất xa xôi, để nuôi dưỡng tâm hồn và phát triển trí tuệ, để yêu thương mọi người và làm những điều tốt đẹp và có thể góp phần giúp thế giới này tìm ra chân lý.

Bạn phải từ bỏ ý nghĩ cạnh tranh đi. Bạn phải sáng tạo ra cái mới

chứ không phải cạnh tranh với cái đã được tạo ra. Bạn không cần phải lấy đi cái gì của ai cả. Bạn cũng không phải mặc cả tới lui. Bạn cũng không phải lừa dối hay lợi dụng ai. Bạn không cần phải bóc lột công sức lao động của người khác. Bạn không cần phải thèm muốn tài sản của người khác hay nhìn chúng bằng con mắt ước ao. Chẳng ai có cái gì mà bạn không thể có và bạn chẳng cần phải lấy đi của họ thứ đó.

Của cải có được từ sự cạnh tranh không bao giờ khiến con người ta thỏa mãn và chỉ mang tính tạm thời, hôm nay chúng là của bạn nhưng ngày mai đã thuộc về người khác. Hãy nhớ rằng nếu muốn làm giàu theo cách chắc chắn và khoa học, bạn sẽ phải vượt lên ý nghĩ cạnh tranh. Bạn không bao giờ được nghĩ rằng nguồn lực cung cấp là giới hạn. Ngay khi vừa bắt đầu nhen nhóm ý nghĩ rằng tất cả tiền bạc đều "nằm trong túi" của ngân hàng và những người khác, lập tức bạn sẽ bị chìm vào tư tưởng cạnh tranh và sức mạnh sáng tạo của bạn sẽ mất đi. Tệ hơn nữa, có thể bạn sẽ ngăn chặn những hoạt động sáng tạo mà mình đã tạo nên.

Đừng bao giờ chỉ nhìn vào nguồn lực hữu hình mà hãy luôn nhìn vào những của cải dưới dạng Chất Vô hình và HIỂU RẰNG chúng sẽ đến ngay với bạn khi bạn có thể đón nhận và sử dụng chúng. Vì thế đừng bao giờ cho phép bản thân bạn nghĩ rằng tất cả những mảnh đất xây dựng tốt nhất đã có chủ trước khi bạn sẵn sàng xây ngôi nhà của mình. Đừng bao giờ sợ rằng bạn sẽ mất đi cái mình mong muốn vì có ai đó "đánh bại bạn". Điều đó không thể nào xảy ra, bởi bạn không đi tìm bất cứ thứ gì đang được người khác sở hữu mà bạn đang tạo ra cái bạn muốn từ Chất Vô hình, và nguồn lực cung cấp là vô hạn.

# 6.

# CỦA CẢI ĐẾN VỚI BẠN BẰNG CÁCH NÀO?

Khi tôi nói rằng bạn không cần phải mặc cả tới lui thì không có nghĩa là bạn không cần phải mặc cả bất cứ thứ gì trong đời hoặc không cần giao dịch gì với mọi người. Ý của tôi là bạn không cần phải giao dịch với họ một cách thiếu công bằng, bạn không cần phải "lấy không" một thứ gì mà ngược lại, có thể cho đi nhiều hơn cái mình nhận được từ người khác.

Ví dụ, có thể số tiền bạn mua quyển sách này cao hơn so với tiền giấy mực để in ấn, nhưng nếu những ý tưởng được đề xuất trong quyển sách này có thể mang lại cho bạn hàng ngàn đô la thì bạn đã không nhầm khi chọn nó, bởi tác giả đã cho bạn giá trị sử dụng to lớn hơn so với giá trị tiền bạc ít ỏi mà bạn đã bỏ ra. Nhưng giả sử tôi sở hữu bức tranh của một họa sĩ lớn đáng giá hàng ngàn đô la, và nhờ "nghệ thuật bán hàng", tôi đã thuyết phục một người Eskimo để đổi lấy mớ lông thú trị giá 500 đô la. Như vậy là tôi đã bất công với người Eskimo đó bởi anh ta không có nhu cầu sử dụng bức tranh, do vậy nó không hề có giá trị sử dụng đối với anh ta và cũng không làm giàu cho cuộc sống của anh ta chút nào. Nhưng nếu tôi đổi một khẩu súng để lấy mớ lông thú ấy thì đó lại là một cuộc mặc cả tốt, bởi khẩu súng sẽ giúp anh ta kiếm thêm nhiều lông thú và thức ăn, do đó sẽ làm giàu cho cuộc sống của anh ta.

Vì vậy, khi bạn bán cho một ai đó bất cứ thứ gì không có tác dụng làm giàu thêm cho cuộc sống của họ so với cái mà họ trả cho bạn thì bạn nên dừng lại. Bạn không cần phải đánh bại người khác trong kinh doanh. Và nếu bạn đang ở trong một ngành kinh doanh chuyên đánh bại người khác thì hãy rời bỏ nó ngay lập tức.

Hãy mang lại cho mọi người giá trị sử dụng nhiều hơn giá trị tiền bạc mà bạn nhận được, khi đó bạn sẽ làm giàu thêm cho cuộc sống trên thế giới này qua từng giao dịch kinh doanh của mình. Nếu bạn có thuê người làm công, bạn phải lấy giá trị tính theo tiền từ công nhân nhiều hơn tiền công bạn trả cho họ, nhưng bạn có thể tổ chức doanh nghiệp của bạn dựa trên nguyên tắc tiến bộ để mọi nhân viên đều muốn làm việc cho bạn để được tiến bộ từng ngày.

Bạn có thể khiến cho các nhân viên làm việc cho mình cũng giống như quyển sách này đang làm việc cho bạn. Bạn có thể lèo lái doanh nghiệp của mình giống như một chiếc thang, mà mỗi nhân viên khi có rắc rối sẽ tự trèo lên đó để làm giàu và đón bắt cơ hội cho bản thân. Và cuối cùng, bạn là người tạo nên sự giàu có của bản thân từ Chất Vô hình luôn thấm đẫm trong môi trường sống của bạn chứ mọi vật không hề được tạo hình từ không khí và ra đời trước mắt bạn.

Nếu bạn muốn có một chiếc máy may chẳng hạn, tôi không có ý bảo bạn để ý nghĩ về chiếc máy may tạo ấn tượng đối với Chất Vô hình cho đến khi cái máy được tạo thành mà không cần đến công sức của đôi tay. Nhưng nếu bạn muốn có một chiếc máy may, hãy giữ lấy hình ảnh đó trong đầu với niềm tin chắc chắn rằng nó đang được hình thành hoặc bạn sắp sửa có nó. Sau khi đã hình thành nên suy nghĩ ấy, bạn hãy tin tuyệt đối rằng chiếc máy may đó sẽ đến và không bao giờ có một lời nói hay suy nghĩ nào về nó đi ngược lại với niềm tin ban đầu. Bạn đã tuyên ngôn về chiếc máy may đó và chiếc máy may sẽ đến với bạn từ quyền năng của Trí tuệ Tối cao. Nếu bạn đang sống ở tiểu bang Main, sẽ có một ai đó từ Texas hay Nhật Bản xuất hiện để thực hiện giao dịch mang lại cho bạn điều bạn mong muốn.

Nếu vậy, toàn bộ vấn đề là người kia có lợi bao nhiêu thì bạn cũng có lợi như thế. Bạn đừng quên rằng Chất Tư duy xuyên qua tất cả, có trong tất cả, giao tiếp với tất cả và có thể ảnh hưởng đến tất cả mọi thứ. Chính khát vọng có một cuộc sống trọn vẹn hơn của Chất Tư duy đã dẫn đến sự sáng tạo ra mọi chiếc máy may cũng như hàng triệu chiếc nữa bất cứ khi nào con người sống với niềm tin, khát vọng và hành động theo một Cách Nhất định.

Chắc chắn bạn sẽ có được một chiếc máy may trong nhà và chắc chắn bạn cũng có thể có những thứ khác mà bạn muốn, và bạn có thể dùng những vật đó để sống một cuộc sống tiến bộ cũng như giúp người khác có một cuộc sống tiến bộ.

Tôi nhớ có một sinh viên nói với tôi rằng anh ta phải có được một hình ảnh rõ ràng trong tâm trí về những thứ mình khát khao, từ đó suy nghĩ sáng tạo về chúng mới có thể tạo ấn tượng với Chất Vô hình. Anh ta rất nghèo, sống trong một ngôi nhà thuê và chỉ kiếm đủ tiền sống qua ngày. Anh ta không dám nghĩ là mọi của cải là của mình. Thế là sau khi suy nghĩ tới lui, anh ta chỉ dám đòi hỏi một cách khiêm tốn là mong muốn có một tấm thảm mới trong phòng ngủ và một cái lò sưởi để sưởi ấm căn nhà vào mùa lạnh. Làm theo những hướng dẫn trong quyển sách này, anh ta đã có được những thứ đó chỉ sau vài tháng và rồi anh ta cảm thấy mình chỉ đòi hỏi có bấy nhiêu thôi chưa đủ. Anh ta ngắm nghía lại toàn bộ căn nhà mình đang sống và lập kế hoạch xem mình có thể làm được những gì. Trong tâm trí mình, anh ta tưởng tượng ra một khung cửa sổ ở chỗ này, một căn phòng ở chỗ kia cho đến khi có được hình ảnh trọn vẹn của một căn nhà lý tưởng trong đầu. Tiếp theo đó, anh ta bắt đầu nghĩ đến những món đồ dùng trong nhà.

Ghi nhớ toàn bộ bức tranh đó trong tâm trí, anh ta bắt đầu sống theo Cách Nhất định và tiến dần về cái mình mong muốn. Giờ đây anh ta đã sở hữu một căn nhà được xây lại theo bức tranh mà anh ta đã tưởng tượng. Và giờ đây, với một niềm tin thậm chí còn lớn hơn nữa, anh ta đang dần có được những thứ to lớn hơn. Những thứ đó đã đến với anh ta đúng như những gì anh ta đã tin và điều này cũng xảy ra tương tự đối với tất cả chúng ta.

# 7.
# LÒNG BIẾT ƠN

Những minh hoạ trong chương trước giúp độc giả nhận ra rằng, bước đầu tiên để trở nên giàu có là chuyển tải những gì bạn mong muốn đến với Trí tuệ Vô hình. Điều này hoàn toàn đúng và bạn sẽ thấy rằng để làm được điều đó, bạn cần thiết phải kết nối với Trí tuệ Vô hình một cách hài hòa.

Để bảo đảm cho mối quan hệ đó được hài hòa là một điều hết sức quan trọng mà tôi sẽ dành thời giờ để thảo luận cùng bạn ở đây và đưa ra những hướng dẫn mà nếu làm theo, bạn sẽ có được sự thống nhất hoàn hảo về tâm trí với Thượng đế.

Toàn bộ quá trình điều chỉnh về mặt tinh thần có thể được tóm tắt trong một khái niệm: Lòng biết ơn. Trước hết, bạn tin rằng có một Chất Trí tuệ là cội nguồn cho mọi thứ diễn ra; thứ hai, bạn tin rằng Chất này sẽ mang lại cho bạn mọi thứ bạn khát khao và thứ ba, bạn có mối dây liên kết với nó thông qua lòng biết ơn sâu sắc.

Nhiều người đặt cuộc sống của họ theo những cách khác và sống trong nghèo khó vì thiếu lòng biết ơn này. Khi đã nhận được món quà của Thượng đế, họ cắt bỏ mối dây gắn bó với Ngài bằng cách bỏ qua lòng biết ơn. Trong khi đó, càng tỏ lòng biết ơn đối với Đấng Tối cao mỗi khi nhận được những điều tốt đẹp, chúng ta càng nhận được nhiều thứ tốt đẹp hơn và nhanh chóng hơn, lý do đơn giản là thái độ biết ơn về mặt tinh thần sẽ giúp tâm trí đến gần với cội nguồn ân phước hơn.

Nếu bạn chưa bao giờ nghĩ rằng lòng biết ơn lại giúp tâm trí mình sống gần gũi hài hòa hơn với những năng lượng sáng tạo của vũ trụ, hãy nghĩ kỹ về điều này và bạn sẽ thấy rằng đó là sự thật. Những gì tốt đẹp mà bạn đã có là nhờ bạn luôn tuân thủ một số quy luật nhất định. Sự biết ơn sẽ dẫn dắt tâm trí bạn đi theo

những cách thức giúp tạo ra các sự vật và giúp bạn gần gũi với tư duy sáng tạo, tránh rơi vào lối suy nghĩ cạnh tranh.

Nếu lòng biết ơn của bạn mạnh mẽ và thường trực, phản ứng của Chất Vô hình sẽ mạnh mẽ và không ngừng, và những gì bạn mong muốn sẽ chuyển động về phía bạn. Bạn không thể trải nghiệm sức mạnh mà không có lòng biết ơn, bởi chính lòng biết ơn đã nối kết bạn với sức mạnh đó. Tuy nhiên, giá trị của lòng biết ơn không chỉ giúp mang lại nhiều ơn phước hơn cho bạn. Nếu không có lòng biết ơn, bạn sẽ dễ cảm thấy thất vọng trước bản chất của các sự vật quanh mình.

Ngay lúc bạn cho phép bản thân chìm đắm trong sự bất mãn về thực tế của sự việc là bạn đã bắt đầu chùng chân. Bạn tập trung vào những điều bình thường nhỏ nhặt, nghèo hèn và bẩn thỉu, và tâm trí của bạn sẽ mang hình thức của những điều này. Sau đó bạn sẽ chuyển những hình thức hoặc hình ảnh trong tâm trí này đến Chất Vô hình và rồi những cái tầm thường, nghèo hèn, bẩn thỉu đó sẽ đến với bạn.

Cho phép bản thân bạn chìm đắm trong những điều thấp kém nghĩa là bạn sẽ trở nên thấp kém và sống giữa những điều thấp kém. Ngược lại, nếu tập trung suy nghĩ của bạn về những điều tốt đẹp nhất nghĩa là tạo cho bạn một môi trường tốt đẹp và trở thành điều tốt đẹp.

Một tâm trí biết ơn sẽ luôn nghĩ đến điều tốt đẹp nhất, do vậy mà nó có xu hướng trở thành những cái gì tốt nhất, đón nhận những hình thức hay tính cách tốt đẹp nhất và nhận được cái tốt đẹp nhất. Bên cạnh đó, niềm tin cũng đi liền với lòng biết ơn. Một tâm trí biết ơn sẽ không ngừng mong đợi những điều tốt đẹp nhất và sự mong đợi đó sẽ trở thành hiện thực. Phản ứng của lòng biết ơn lên tâm trí sẽ tạo ra niềm tin, và mỗi làn sóng biết ơn phát ra sẽ làm tăng thêm niềm tin. Một người không có lòng biết ơn sẽ không thể nào duy trì niềm tin cuộc sống, mà thiếu niềm tin cuộc sống thì bạn không thể nào làm giàu bằng phương pháp sáng tạo, điều mà chúng ta sẽ tìm hiểu ở những chương sau.

Do đó, chúng ta cần tạo thói quen biết ơn đối với bất kỳ điều gì đến với bạn trong cuộc sống. Và bởi vì tất cả mọi thứ đều góp phần vào sự tiến bộ của bạn, bạn nên tỏ lòng biết ơn trong mọi sự việc.

# 8.
# SUY NGHĨ ĐÚNG CÁCH

Nếu chỉ có một khát khao làm giàu chung chung thôi vẫn không đủ, bởi mọi người ai cũng có khát khao ấy. Khi bạn muốn gửi một tin nhắn cho ai đó, bạn không thể nào chỉ gửi cho họ một danh sách chữ cái và để mặc người đó tự ráp chữ theo ý thích cũng như bạn không thể chọn đại những từ nào đó trong tự điển. Thay vào đó, bạn phải gửi những câu chữ rõ ràng mang ý nghĩa nhất định. Khi muốn tạo ấn tượng với Chất Tư duy về cái bạn muốn, hãy nhớ rằng bạn cần thể hiện nó bằng câu chữ có ý nghĩa rõ ràng, bạn phải biết mình muốn gì một cách hết sức cụ thể. Bạn không thể làm giàu hay khởi động sức mạnh sáng tạo để hành động bằng cách đưa ra những khát vọng mơ hồ. Bạn phải tạo ra một bức tranh rõ rệt, cụ thể trong tâm trí về cái mình muốn, vì bạn không thể nào truyền đi một ý tưởng trừ khi bản thân bạn đã có điều đó.

Hãy suy nghĩ kỹ về những khát vọng của bạn giống như người đàn ông nghĩ về ngôi nhà mơ ước của mình trong câu chuyện ở Mục 6, xem bạn muốn những gì và vẽ nên bức tranh cụ thể trong tâm trí về những điều đó chính xác theo ý bạn muốn. Bạn phải luôn giữ bức tranh đó trong đầu cũng giống như một thuyền trưởng luôn nghĩ đến bến cảng mình sẽ đến trong tâm trí, lúc nào bạn cũng phải hướng về nó và không được rời mắt khỏi nó giống như vị thuyền trưởng luôn phải để mắt tới la bàn.

Bạn không cần phải rèn luyện sự tập trung, cũng không cần dành riêng thời gian đặc biệt để cầu nguyện và khẳng định, không cần "chìm trong tĩnh lặng" hay làm những việc huyền bí. Những điều đó cũng tốt nhưng tất cả những gì bạn cần chỉ là biết rõ mình muốn gì và tha thiết mong muốn điều đó đến nỗi nó sẽ luôn ở trong tâm trí của bạn. Bạn hãy dành thời gian rảnh rỗi để chiêm nghiệm bức tranh đó, càng nhiều càng tốt.

Chỉ khi nào bạn thật sự muốn trở nên giàu có, đến nỗi khát khao đó đủ mạnh để giữ cho suy nghĩ của bạn luôn hướng về mục đích - như cực từ giữ lấy chiếc kim của la bàn - thì những hướng dẫn trong quyển sách này mới thật sự có ích cho bạn. Những phương pháp nêu trong sách này dành cho những người thật sự khát khao làm giàu đến mức có thể chiến thắng sự lười biếng về mặt tinh thần và thói quen ưa chuộng những điều dễ làm để nỗ lực tối đa cho mục tiêu của mình. Bức tranh của bạn càng rõ ràng, cụ thể và bạn càng suy ngẫm về nó đến từng chi tiết thì khát khao của bạn càng mạnh mẽ, và khát khao càng mạnh thì bức tranh về những điều bạn muốn càng dễ cố định trong tâm trí. Tuy vậy, vẫn có một điều cần thiết hơn là chỉ đơn thuần nghĩ về bức tranh đó. Bởi nếu chỉ có như thế thì bạn chỉ là một kẻ mộng mơ và có rất ít hoặc gần như không có sức mạnh để đạt được ước mơ.

Đằng sau hình ảnh cụ thể về cái mình mong muốn, bạn cần có một mục đích rõ rệt là thực hiện nó, biến mong ước đó thành hiện thực. Và đằng sau mục đích đó phải là NIỀM TIN không gì lay chuyển được rằng điều mà bạn mong muốn đó đã là của bạn, rằng nó đã "trong tầm tay" và bạn chỉ cần sở hữu nó mà thôi. Hãy sống trong căn nhà mới trong tâm tưởng của bạn cho đến khi nó trở nên hữu hình. Hãy tận hưởng niềm vui với những điều bạn mơ ước trong tâm tưởng. Hãy xem những gì bạn mong muốn như thể chúng luôn tồn tại xung quanh bạn, hãy xem như bạn đã sở hữu và đang sử dụng chúng. Hãy sử dụng chúng trong trí tưởng tượng của bạn hệt như bạn sẽ sử dụng khi chúng là những vật hữu hình. Hãy nghiền ngẫm bức tranh đó trong tâm trí cho đến khi chúng hiện ra rõ rệt với từng chi tiết, sau đó hãy có Thái độ Sở hữu về mặt Tinh thần đối với mọi thứ trong bức tranh đó. Hãy sở hữu chúng trọn vẹn trong tư tưởng với một niềm tin tuyệt đối rằng chúng thực sự là của bạn, đừng bao giờ dao động dù chỉ trong giây lát.

Đồng thời bạn hãy nhớ điều đã được đề cập trong chương trước về lòng biết ơn: luôn cám ơn đối với những gì mình mong đợi khi đã thực sự có được chúng. Một người luôn chân thành cảm ơn Thượng đế về những gì anh ta chỉ mới sở hữu trong tâm tưởng là một người có niềm tin đích thực. Anh ta sẽ trở nên giàu có và tạo ra những thứ mình muốn. Bạn không cần phải cầu nguyện nhiều lần về nó hàng ngày. Nhiệm vụ của bạn là khôn khéo tạo nên những khát khao sẽ giúp cuộc sống phong phú hơn và sắp xếp chúng thành một thể thống nhất, sau đó làm cho Tổng thể Khát khao đó gây ấn tượng với Chất Vô hình vốn có quyền năng mang lại cho bạn điều bạn mong muốn.

Bạn đừng có gây ấn tượng bằng cách lặp đi lặp lại những chuỗi ngôn từ mà hãy làm điều đó bằng cách giữ vững bức tranh đó trong tâm trí với một MỤC ĐÍCH không lay chuyển nhằm đạt được điều đó và một NIỀM TIN vững chắc rằng bạn sẽ làm được điều đó.

Câu trả lời đối với những gì bạn cầu nguyện không tùy thuộc vào niềm tin của bạn khi bạn nói mà vào niềm tin khi bạn hành động.

Hãy nhớ rằng chính niềm tin và mục đích đi kèm với trí tưởng tượng là cái tạo nên sự khác biệt giữa một nhà khoa học và kẻ mộng mơ. Và khi đã hiểu được điều đó, bạn phải học cách sử dụng Ý chí đúng mực ngay tại đây.

# 9.
# SỬ DỤNG Ý CHÍ NHƯ THẾ NÀO?

Để làm giàu một cách khoa học, bạn không cần phải áp dụng sức mạnh ý chí của mình lên bất kỳ đối tượng nào ngoài bản thân bạn.

Chắc chắn bạn không có quyền làm như vậy. Thật là sai trái nếu bạn áp đặt ý chí của mình lên người khác để buộc họ phải làm những gì bạn mong muốn. Nếu bạn làm điều đó thì bạn chẳng khác gì một kẻ cướp. Bạn không có quyền áp đặt ý chí của mình lên người khác, ngay cả khi "vì sự tốt đẹp của anh ta", vì bạn không thể biết thế nào là thật sự tốt đối với người khác. Khoa học Làm giàu không đòi hỏi bạn phải áp dụng sức mạnh hay quyền năng của mình lên bất kỳ ai khác dưới bất kỳ hình thức nào.

Để trở nên giàu có, bạn chỉ cần sử dụng ý chí đối với bản thân là đủ. Bạn phải dùng ý chí của mình để định hướng cho các suy nghĩ và hành động của mình. Đó là cách sử dụng ý chí một cách chính đáng để đạt được những gì bạn muốn - sử dụng nó để giữ cho bản thân theo con đường đúng đắn. Hãy dùng ý chí của mình để giữ cho bản thân suy nghĩ và hành động theo Cách Nhất định.

Đừng tìm cách hướng suy nghĩ, ý chí hay tâm trí của bạn ra không gian bên ngoài, hoặc "hành động" vì đồ vật hay người khác. Hãy giữ tâm trí của bạn "ở nhà" bởi đó là nơi mà nó có thể đạt được nhiều thứ hơn ở đâu khác. Hãy dùng tâm trí của bạn để tạo ra hình ảnh của cái bạn muốn trong tâm trí và luôn nuôi giữ hình ảnh đó với niềm tin và mục đích, đồng thời dùng ý chí để giữ cho tâm trí bạn luôn làm việc Đúng Cách. Niềm tin và Mục đích của bạn càng ổn định và liên tục thì bạn càng nhanh chóng trở nên giàu có.

Bức tranh về những khát khao của bạn đi kèm với niềm tin và

mục đích sẽ được Vật thể Vô hình đón nhận và ngấm vào toàn thể vũ trụ. Khi những ấn tượng đó lan tỏa, vạn vật sẽ chuyển động hướng đến hiện thực hóa; tất cả những sinh vật sống, những vật vô tri vô giác, và những thứ chưa được tạo thành sẽ được khuấy đảo và chuyển động để hình thành điều mà bạn mong muốn. Tất cả mọi thứ đều được thúc ép theo hướng đó và bắt đầu chuyển động về phía bạn. Tâm trí của mọi người từ khắp nơi không ngừng bị tác động theo hướng phải làm những điều cần thiết để thỏa mãn khát khao của bạn; và họ làm việc cho bạn một cách vô thức.

Bạn có thể kiểm tra điều này bằng cách để lại một ấn tượng tiêu cực nơi Vật thể Vô hình. Nỗi nghi ngờ hay sự không tin tưởng chắc chắn sẽ khởi động một chuyển động đẩy niềm tin và mục đích của bạn đi xa. Chính vì không hiểu được điều này mà hầu hết những người muốn tận dụng "khoa học tinh thần" để làm giàu bị thất bại. Mỗi giây phút bạn tiêu tốn vào những mối nghi ngờ và sợ hãi, lo lắng hay không tin tưởng đều gửi đi một làn sóng đến Vật thể Trí tuệ. Tất cả những hứa hẹn là để dành cho người tin tưởng và chỉ dành cho họ mà thôi.

Do niềm tin là rất quan trọng, nó có nhiệm vụ bảo vệ những suy nghĩ của bạn, và vì niềm tin sẽ được định hình thế nào tùy thuộc rất nhiều vào những thứ mà bạn quan sát và nghĩ đến, nên điều quan trọng là bạn phải quan tâm đến sự chú ý của mình. Và tại đây bạn cần phải sử dụng ý chí vì chỉ có thông qua ý chí, bạn mới có thể quyết định những gì mình cần tập trung chú ý.

Nếu muốn giàu có, bạn không nên nghiên cứu về cái nghèo.

Mọi sự không thể trở thành hiện thực nhờ vào những suy nghĩ đối lập. Bạn không thể khỏe mạnh khi chỉ nghĩ đến ốm đau và tìm hiểu về bệnh tật; bạn không thể sống đàng hoàng, đúng mực khi chỉ tìm hiểu và nghĩ đến tội lỗi; và cũng chẳng có ai giàu có nhờ cứ luôn nghĩ đến cái nghèo.

Điều mà bạn cần quan tâm là giải pháp khắc phục. Hãy làm giàu, bởi đó là cách tốt nhất để bạn giúp người nghèo. Cái nghèo có thể bị xua đi không phải bằng việc gia tăng số lượng người nghĩ đến cái nghèo mà bằng sự gia tăng những người nghèo luôn có mục đích làm giàu rõ rệt.

Người nghèo không cần sự từ thiện mà cần sự khích lệ và nguồn cảm hứng. Từ thiện chỉ giúp họ có được mẩu bánh để qua cơn đói hay phương tiện giải trí trong một hai giờ đồng hồ, trong khi sự

khích lệ và nguồn cảm hứng sẽ vực dậy họ từ sự khốn khổ. Nếu muốn giúp người nghèo, bạn hãy chứng minh cho họ thấy họ có thể làm giàu và chứng minh điều đó bằng chính việc làm giàu của bạn.

Ngoài ra, bạn cần ghi nhớ rằng con người cần được dạy cách làm giàu nhờ vào sự sáng tạo chứ không phải qua sự cạnh tranh. Những người giàu có nhờ cạnh tranh sẽ ném lại sau lưng họ chiếc thang đã giúp họ leo lên và khiến cho những người khác luôn ở bên dưới, còn những người giàu có nhờ sáng tạo sẽ mở ra những con đường cho hàng ngàn người khác đi theo và truyền cảm hứng cho họ.

Hãy sử dụng sức mạnh ý chí của bạn để giải phóng đầu óc khỏi cái nghèo và luôn giữ vững niềm tin cũng như mục đích đối với những điều mà bạn muốn có.

# 10.

# TẬN DỤNG Ý CHÍ THEO CÁCH KHÁC

Bạn không thể DUY TRÌ hình ảnh rõ ràng, cụ thể về sự giàu có nếu bạn cứ mãi nghĩ về những hình ảnh ngược lại, cho dù chúng là hiện thực hay chỉ là tưởng tượng. Đừng nói về những vấn đề tài chính của bạn trong quá khứ và đừng suy nghĩ đến chúng nữa. Đừng kể về sự nghèo khó của cha mẹ bạn hoặc quãng đời cực nhọc của tuổi thơ, bởi tất cả những việc đó đồng nghĩa với việc bạn tự xếp hạng nghèo khổ về mặt tinh thần cho chính mình. "Hãy để người chết được yên nghỉ", Chúa đã bảo như vậy. Hãy để cái nghèo và tất cả những gì liên quan đến nó ở lại phía sau bạn.

Đừng đọc những quyển sách tôn giáo bảo rằng thế giới này sẽ bị hủy diệt cũng như những tác phẩm của các tác giả hay xoi mói, bi quan cho rằng mọi thứ rồi sẽ xuống địa ngục.

Thế giới này sẽ không đi xuống địa ngục. Có nhiều thứ tốt đẹp đang tồn tại trong những trạng thái khiến bạn không đồng tình, nhưng tại sao bạn phải mất thời gian và chú ý đến những việc sẽ bị xóa sổ bởi sự phát triển của tiến hóa, trong khi bạn có thể đẩy nhanh sự xóa sổ đó bằng cách thúc đẩy sự phát triển mà bạn coi như là nhiệm vụ của mình? Cho dù điều kiện sống có kinh khủng như thế nào ở một số quốc gia, khu vực hay địa điểm nhất định thì bạn chỉ mất thời gian và tự phá hủy cơ hội của mình vì bận tâm đến chúng.

Bạn nên tìm hướng giải quyết trong thế giới của sự giàu có.

Hãy để những ý nghĩ về thế giới giàu có đi vào trong tâm trí bạn thay vì những ý nghĩ nghèo khổ và luôn ghi nhớ rằng cách duy nhất để giúp thế giới trở nên giàu có là bản thân bạn phải trở nên

giàu có nhờ phương pháp sáng tạo chứ không phải sự cạnh tranh. Hãy toàn tâm toàn ý nghĩ đến sự giàu có và quên đi cái nghèo khổ. Mỗi khi nghĩ hay nói về người nghèo, hãy nghĩ và nói về họ như những người sắp sửa giàu có, những người đáng được ca ngợi hơn là thương xót. Khi đó họ và những người khác sẽ được truyền thêm nguồn cảm hứng và bắt đầu tìm cách thoát nghèo.

Khi tôi bảo bạn nên dành toàn bộ thời gian, tâm trí và suy nghĩ cho sự giàu có, không có nghĩa là bạn phải sống một cách keo kiệt và bần tiện. Trong thế giới cạnh tranh, sự vật lộn để giàu có là một cuộc tranh giành quyền lực độc ác với những người khác, nhưng khi chúng ta nói đến một tâm hồn sáng tạo thì mọi thứ lại hoàn toàn khác. Tôi xin lặp lại là bạn không thể nào giàu có nếu không nhắm đến một mục đích tuyệt vời, cao quý. Bạn phải điều chỉnh sự chú ý của mình vào bức tranh giàu có trong tâm trí và loại bỏ mọi thứ có thể làm lu mờ hay che lấp các hình ảnh đó.

Bạn phải học cách nhìn ra SỰ THẬT nằm dưới mọi sự vật, bạn phải thấy rằng bên dưới những tình trạng tưởng chừng như đang rối rắm, sai lệch là một CUỘC SỐNG TUYỆT VỜI đang tiến đến sự toàn vẹn và hạnh phúc.

Có những người cứ mãi nghèo vì họ không biết gì về việc họ vẫn có thể trở nên giàu có và cách tốt nhất để dạy cho họ hiểu điều đó chính là những trải nghiệm của bản thân bạn. Còn những người khác nghèo vì tuy họ cảm thấy có một con đường để thoát ra, nhưng họ lại quá lười nhác về mặt tinh thần nên không chịu nỗ lực để trải nghiệm hành trình đó. Với những người này, cách tốt nhất là khơi dậy khát khao ở họ bằng cách chỉ cho họ thấy hạnh phúc có được từ sự giàu có.

Cũng có người nghèo vì tuy có một ít nhận thức về Khoa học làm giàu nhưng họ lại chìm đắm và lạc lối giữa rừng giả thuyết siêu hình và huyền bí mà không biết phải đi theo lối nào. Họ thử pha trộn nhiều phương pháp khác nhau và đều thất bại. Với những người này, một lần nữa, cách tốt nhất chính là bài học bản thân mà bạn đã từng trải nghiệm, bởi trăm nghe không bằng một thấy.

Cách tốt nhất mà bạn có thể làm cho thế giới này là làm hết sức mình có thể được. Không cách nào hiệu quả hơn trong việc phụng sự Thượng đế lẫn con người bằng cách làm giàu, nhất là khi bạn làm giàu bằng cách sáng tạo chứ không phải bằng sự cạnh tranh.

Bên cạnh đó, hãy hoãn việc khám phá những học thuyết huyền bí, đừng chạm đến những chủ nghĩa tâm linh, thuyết thần trí hay

những bộ môn tương tự. Dẫu cho người chết vẫn còn sống và quanh quẩn bên chúng ta thì cứ để mặc họ và tập trung vào việc kinh doanh của bạn. Họ có những việc riêng phải làm, những vấn đề cần giải quyết và chúng ta không có quyền can dự vào. Chúng ta không thể giúp họ và cũng chẳng biết họ có giúp được chúng ta gì không, hoặc nếu được thì không biết liệu chúng ta có được phép bước qua thế giới của họ hay không. Hãy để người chết được yên và giải quyết vấn đề của chính bạn và làm giàu. Nếu bạn để cho tâm trí lẫn lộn với những điều huyền bí, tinh thần của bạn sẽ bị ảnh hưởng và những luồng suy nghĩ đan chéo sẽ hủy diệt mọi hy vọng của bạn.

# 11.

# HÀNH ĐỘNG THEO CÁCH NHẤT ĐỊNH

Suy nghĩ là sức mạnh sáng tạo, hay nói cách khác là một lực thúc đẩy tạo ra sức mạnh sáng tạo để hành động. Suy nghĩ theo một Cách Nhất định sẽ giúp bạn trở nên giàu có, nhưng bạn không nên chỉ chú tâm đến suy nghĩ mà còn cần phải chú ý đến hành động của bản thân. Tảng đá ngầm mà nhiều người theo chủ nghĩa suy nghĩ siêu hình vấp phải là sự thiếu liên kết giữa suy nghĩ và hành động.

Bằng suy nghĩ, bạn có thể khiến cho vàng trong lòng núi bị lôi cuốn về phía bạn, nhưng bản thân vàng không tự đào mỏ, tinh luyện và đúc thành đồng tiền để lăn vào túi bạn.

Việc sử dụng suy nghĩ một cách khoa học bao gồm tạo ra một hình ảnh rõ ràng và khác biệt về cái bạn mong muốn trong tâm trí, nắm giữ mục đích để đạt được cái bạn mong muốn và biến chúng thành hiện thực với một niềm tin đầy lòng biết ơn về những gì bạn đạt được. Đừng hướng đến bất kỳ yếu tố siêu hình, huyền bí nào và mong chúng sẽ làm mọi thứ cho bạn bởi điều đó chỉ hoài phí công sức và làm suy yếu sức mạnh suy nghĩ tỉnh táo của bạn.

Cốt lõi của Khoa học Làm giàu là suy nghĩ và hành động cá nhân phải được kết hợp với nhau. Có rất nhiều những người giàu có, một cách có ý thức hoặc vô thức, đã biến suy nghĩ sáng tạo thành hành động nhờ sức mạnh và sự kiên định trong những khao khát của họ. Trong khi đó, có những người mãi nghèo khổ vì họ không sẵn sàng đón nhận điều mình muốn khi chúng xuất hiện.

Hãy nhớ rằng suy nghĩ giúp mang đến cho bạn điều bạn muốn,

còn hành động giúp bạn nhận được điều đó.

Cho dù hành động của bạn là gì đi nữa, rõ ràng bạn phải hành động NGAY BÂY GIỜ. Bạn không thể hành động trong quá khứ, và để cho hình ảnh trong tâm trí của bạn được rõ nét, bạn phải loại bỏ quá khứ đi. Bạn cũng không thể hành động trong tương lai vì tương lai chưa đến. Bên cạnh đó, bạn cũng không thể nói mình phải làm gì khi xảy ra một sự việc nào đó trong tương lai trừ khi nào nó thật sự xảy ra.

Do hiện tại bạn chưa ở vào đúng ngành nghề kinh doanh hay đúng môi trường, bạn đừng nghĩ mình phải chờ đến khi nào ở đúng trong ngành kinh doanh hay môi trường đó thì mới hành động. Cũng như đừng dùng thời gian hiện tại để suy nghĩ về cách giải quyết tốt nhất cho một tình huống khẩn cấp trong tương lai, mà hãy tự tin mình có khả năng để giải quyết những tình huống đó nếu chúng xảy ra. Nếu bạn hành động trong hiện tại với một tâm trí của tương lai, hành động hiện tại của bạn sẽ bị chi phối và do đó sẽ không có hiệu quả.

Hãy tập trung toàn bộ tâm trí của bạn vào hành động hiện tại. Đừng chỉ phó thác suy nghĩ sáng tạo của bạn cho Vật thể Nguyên thủy rồi ngồi đó chờ đợi, vì như thế thì điều bạn mong muốn sẽ không bao giờ đến. Hãy hành động ngay bây giờ. Bây giờ hoặc không bao giờ. Một khi đã bắt tay hành động, hãy sẵn sàng để đón nhận điều mình muốn. Và mọi hành động của bạn, cho dù đó là gì đi nữa, phải đặt vào công việc kinh doanh hoặc việc làm hiện tại, tập trung vào con người và sự vật trong môi trường hiện tại của bạn. Bạn không thể hành động ở nơi bạn chưa hiện diện hay đã hiện diện cũng như sắp hiện diện, bạn chỉ có thể hành động tại nơi bạn đang hiện diện. Đừng bận tâm đến việc làm của mình ngày hôm qua là tốt hay xấu, mà hãy làm tốt công việc của ngày hôm nay. Cũng đừng cố làm công việc của ngày mai ngay bây giờ, vì bạn còn rất nhiều thời gian để làm điều đó.

Đừng thử áp dụng những hình thức, phương tiện huyền bí để hành động đối với những sự việc, con người ở ngoài tầm với của bạn. Cũng đừng đợi đến khi môi trường thay đổi rồi mới hành động, thay vào đó hãy thay đổi môi trường bằng hành động.

Bạn có thể hành động ngay trong chính môi trường hiện tại để có thể đưa bản thân đến một môi trường khác tốt hơn.

Hãy giữ lấy hình ảnh về điều bạn muốn bằng niềm tin và mục đích rõ rệt trong một môi trường tốt hơn, nhưng hãy hành động

trong chính môi trường hiện tại với tất cả con tim, khối óc và sức mạnh của bản thân.

Đừng mất thời gian cho việc mơ mộng và xây lâu đài trên cát, hãy giữ chặt hình ảnh về điều bạn muốn và hành động NGAY BAY GIỜ.

Đừng tìm kiếm những điều mới mẻ để làm hay hành động xa lạ, bất thường hay nổi bật để thực hiện trong bước đầu tiên để làm giàu. Đó có thể là những hành động bạn đã từng làm trong quá khứ nhưng lần này được thực hiện theo một Cách Nhất định chắc chắn sẽ giúp bạn trở nên giàu có.

Nếu bạn đang kinh doanh một món hàng nào đó và có cảm giác công việc ấy không hợp với mình, đừng đợi đến khi đã tìm được công việc phù hợp mới bắt đầu hành động.

Bạn cũng đừng cảm thấy nản lòng hay ngồi đó khóc than vì bị đặt sai chỗ. Chẳng có ai từng bị đặt sai chỗ đến nỗi không tìm được vị trí đúng của mình và cũng không có ai kinh doanh sai đường đến nỗi không tìm ra hướng đi đúng cho mình.

Hãy nghĩ về hướng kinh doanh đúng, kèm theo mục đích phải đạt được nó lẫn niềm tin bạn sẽ đạt được, rồi bạn sẽ tìm được điều đó, tuy nhiên hãy HÀNH ĐỘNG trong công việc kinh doanh hiện tại của bạn. Hãy dùng doanh nghiệp hiện tại của bạn như một phương tiện để có được cái tốt hơn. Chính bức tranh về công việc kinh doanh đúng của bạn, đi kèm với niềm tin và mục đích, sẽ khiến cho Đấng Tối Cao dịch chuyển công việc kinh doanh đúng đó về phía bạn và nếu hành động theo một Cách Nhất định, bạn sẽ khiến mình di chuyển về hướng công việc kinh doanh đó.

Nếu bạn là một nhân viên làm công ăn lương và cảm thấy cần thay đổi chỗ làm để có được cái mình mong muốn, đừng hướng suy nghĩ của mình lên vũ trụ bao la và chờ đợi nó mang công việc khác đến cho bạn vì chắc chắn làm thế bạn sẽ thất bại. Hãy giữ hình ảnh về công việc bạn muốn làm, đồng thời HÀNH ĐỘNG với niềm tin và mục đích về công việc đó, rồi chắc chắn bạn sẽ có được công việc mình mong muốn.

Chính hình ảnh trong tâm trí và niềm tin của bạn sẽ tạo ra nguồn lực sáng tạo di chuyển để mang nó về phía bạn, và hành động của bạn sẽ tạo nên những nguồn lực trong môi trường riêng của bạn để đẩy bạn đến nơi bạn muốn. Để kết thúc chương này, chúng tôi xin được nhắc lại như sau:

Có một Vật thể Suy nghĩ đã tạo ra mọi thứ và xuyên thấu, thấm

đẫm mọi ngóc ngách trong vũ trụ này dưới hình dạng nguyên thủy của nó. Chính suy nghĩ dưới dạng vật thể này đã tạo ra mọi thứ có trong suy nghĩ của con người.

Con người có thể tạo ra mọi thứ trong suy nghĩ của mình và thông qua việc gây ấn tượng ý nghĩ đó với Vật thể Vô hình, con người có thể khiến cho điều mình nghĩ đến được tạo ra. Để làm được điều này, con người cần vượt qua sự cạnh tranh để có một tâm trí sáng tạo; anh ta phải tạo ra một bức tranh rõ ràng trong tâm trí về cái mình mong muốn và giữ bức tranh này luôn ở trong tâm trí với một MỤC ĐÍCH kiên định hướng đến điều mình muốn, cùng với NIỀM TIN không gì lay chuyển rằng mình sẽ đạt được điều đó; từ chối tiếp thu tất cả những gì có thể lay động mục đích, làm lu mờ bức tranh đó hay bóp chết niềm tin ấy. Và rằng để có thể nhận được điều mình mong muốn khi nó đến, anh ta phải hành động NGAY BÂY GIỜ đối với con người, sự việc trong môi trường hiện tại.

# 12.
# HÀNH ĐỘNG HIỆU QUẢ

Bạn phải sử dụng suy nghĩ của mình như đã hướng dẫn ở những chương trước và bắt tay hành động ngay những gì mình có thể tại nơi mình đang ở, và bạn phải làm TẤT CẢ những gì mình có thể trong điều kiện hiện tại này.

Bạn chỉ có thể tiến lên bằng cách trở nên tài giỏi hơn vị trí hiện tại của mình. Và không ai tài giỏi hơn từ vị trí hiện tại của mình mà để lại những công việc dang dở, bất thành.

Thế giới chỉ tiến lên nhờ những người tài giỏi hơn vị trí hiện tại của họ. Những người không đủ năng lực trong vị trí hiện tại của họ sẽ trở thành gánh nặng cho xã hội; chính quyền, nền kinh tế và những người khác sẽ phải gồng gánh họ với chi phí khổng lồ. Sự tiến bộ của thế giới bị chậm lại chỉ vì những người không đủ năng lực tại vị trí của họ, họ thuộc về một thời đại cũ và một giai đoạn phát triển thấp kém hơn, và có xu hướng lùi về sự thoái hóa. Chẳng có xã hội nào có thể tiến lên được nếu mỗi thành viên đều kém năng lực so với vị trí của họ; sự tiến hóa của xã hội phải tuân theo quy luật tiến hóa về mặt tinh thần và thể chất.

Trong thế giới động vật, sự tiến hóa diễn ra khi một sinh vật có đời sống vượt quá chức năng thông thường của nó, khi đó nó sẽ phát triển thành một sinh vật khác cao hơn và một giống loài mới ra đời. Không bao giờ có những giống loài mới nếu không có những sinh vật sống nhiều hơn chức năng của chúng.

Quy luật đó cũng được áp dụng chính xác như vậy cho bạn trong việc làm giàu.

Mỗi ngày sẽ là một ngày thành công hoặc thất bại. Nếu mỗi ngày đều là một thất bại, bạn sẽ chẳng bao giờ có thể giàu có được,

trong khi nếu mỗi ngày đều là một thành công, bạn không thể nào không trở nên giàu có. Nếu hôm nay có một việc phải làm cho xong nhưng bạn không làm, nghĩa là bạn đã thất bại ở góc độ nào đó và hậu quả có thể sẽ bi đát hơn những gì bạn nghĩ.

Bạn không thể nào tiên đoán được hậu quả của mọi việc, cũng như không thể biết được công việc của những nguồn lực đã di chuyển vì lợi ích của bạn. Nhiều thứ trong số đó phụ thuộc vào một hành động đơn giản của bạn và nó có thể là cánh cửa mở ra rất nhiều cơ hội lớn cho bạn. Chính sự thờ ơ hoặc bỏ qua không hành động một điều nhỏ bé nào đó của bạn có thể dẫn đến việc bạn chậm có điều mình mong muốn. Vì vậy, hãy làm TẤT CẢ những gì bạn có thể làm mỗi ngày, ngay hôm nay.

Tuy vậy, có một giới hạn của những điều trên mà bạn phải chú ý. Đó là bạn không được làm việc quá sức hay vội vã một cách mù quáng để làm được số lượng công việc nhiều nhất có thể nhằm có cái mình muốn trong thời gian ngắn nhất. Bạn không thể cố làm hết việc của ngày mai hay làm công việc của cả tuần chỉ trong một ngày.

Quan trọng không phải là số lượng công việc bạn làm được mà là HIỆU QUẢ trong từng công việc bạn làm. Mỗi hành động tự thân nó đã là một thành công hay thất bại. Mỗi hành động tự thân nó đã là hiệu quả hay không hiệu quả. Mỗi hành động không hiệu quả chính là một thất bại và nếu bạn mất thời gian để làm những việc không hiệu quả thì cuộc đời của bạn sẽ là một chuỗi thất bại.

Bạn càng hành động nhiều thì càng tệ hại nếu những gì bạn làm đều không hiệu quả.

Ngược lại, mỗi hành động hiệu quả là một thành công và nếu mỗi hành động trong đời bạn là một việc hiệu quả, thì cả cuộc đời của bạn PHẢI là một sự thành công.

Nguyên nhân của sự thất bại chính là bạn làm quá nhiều thứ không hiệu quả và không làm đủ những việc làm hiệu quả.

Bạn sẽ thấy đó là một mệnh đề hiển nhiên, rằng nếu bạn không làm bất cứ hành động gì không hiệu quả và nếu bạn làm đủ số lượng hành động có hiệu quả thì bạn sẽ trở nên giàu có. Nếu như bây giờ bạn có thể biến mỗi hành động của mình thành một việc làm hiệu quả, bạn sẽ thấy rằng làm giàu là một môn khoa học chính xác giống như toán học vậy.

Đến đây lại nảy sinh một câu hỏi, đó là liệu bạn có thể làm cho

từng hành động riêng biệt tự nó là một thành công hay không? Câu trả lời là chắc chắn rồi.

Bạn có thể biến mỗi hành động của mình thành một thành công. Mỗi hành động đều có thể trở nên mạnh mẽ và hiệu quả nếu bạn luôn giữ lấy hình ảnh mình mong muốn trong tâm trí và đặt tất cả sức mạnh của NIỀM TIN và MỤC ĐÍCH vào đó khi thực hiện.

Chính tại điểm này mà nhiều người thất bại vì tách rời sức mạnh tinh thần và hành động cá nhân. Họ dùng sức mạnh tinh thần ở một thời điểm và tại một địa điểm, trong khi lại hành động tại một thời điểm và địa điểm khác. Chính vì vậy mà những hành động của họ không thành công, quá nhiều hành động không hiệu quả.

Mỗi ngày, hãy làm tất cả những gì bạn có thể làm trong ngày đó và làm mỗi hành động thật hiệu quả. Khi tôi nói bạn phải luôn nghĩ đến hình ảnh trong tâm trí về điều mình muốn khi thực hiện mỗi hành động cho dù là nhỏ nhặt hay tầm thường nhất, không có nghĩa là lúc nào bạn cũng phải thấy từng chi tiết rõ rệt. Thay vào đó, bạn nên dành ra những giây phút thư giãn để tưởng tượng từng chi tiết về viễn ảnh mình mong muốn và chiêm nghiệm điều đó cho đến khi nó được khắc ghi sâu đậm vào trong trí nhớ. Nếu bạn muốn đạt được những kết quả nhanh chóng, hãy dành toàn bộ thời gian rảnh rỗi của bạn để làm việc này.

Nhờ không ngừng chiêm nghiệm, bạn sẽ thấy rõ bức tranh toàn cảnh về điều mình muốn đến từng chi tiết nhỏ nhất, rồi thì hãy cố định hình ảnh đó trong tâm trí bạn và chuyển nó đến tâm trí của Vật thể Vô hình. Trong giờ làm việc của mình bạn chỉ cần lướt qua bức tranh đó trong tâm trí để kích thích niềm tin và mục đích, khiến bạn nỗ lực tốt nhất trong công việc. Hãy chiêm nghiệm bức tranh của bạn vào những lúc rảnh rỗi cho đến khi ý thức của bạn chứa đầy hình ảnh đó đến mức bạn có thể nắm được nó ngay tức thì. Khi đó, bạn sẽ cảm thấy phấn khích bởi những hứa hẹn của nó đến mức chỉ cần nghĩ đến hình ảnh đó thôi cũng đủ khơi dậy những nguồn năng lượng mạnh mẽ nhất trong bạn.

# 13.

# CHỌN ĐÚNG NGÀNH KINH DOANH

Để THÀNH CÔNG trong bất kỳ lĩnh vực kinh doanh nào, đòi hỏi bạn phải có những tài năng cần thiết trong lĩnh vực đó.

Nếu không có tài năng âm nhạc, bạn không thể trở thành giảng viên âm nhạc; nếu không hiểu biết về cơ khí, bạn không thể thành công lớn trong những lĩnh vực buôn bán máy móc; nếu không có tài năng và chiến thuật kinh doanh, bạn không thể thành công trên thương trường. Tuy nhiên, có được một khả năng chuyên môn nào đó từ việc học nghề cũng không đảm bảo mang lại cho bạn sự giàu có. Có những nhạc sĩ rất tài giỏi nhưng vẫn nghèo khổ; có những người thợ rèn, thợ mộc tuy rất khéo tay nhưng vẫn không giàu; và có những doanh nhân tuy rất có tài giao dịch nhưng vẫn thất bại. Tài năng thật ra chỉ là công cụ và tuy nhất thiết phải có những công cụ tốt, điều quan trọng hơn cả là bạn phải sử dụng các công cụ đó theo một Cách Đúng đắn. Hai người cùng sử dụng các công cụ giống nhau như cưa, thước ê-ke, cái bào,... nhưng một người có thể tạo nên các món đồ nội thất thật đẹp, còn người kia rốt cuộc chỉ thu được phế phẩm vì anh ta không biết phải sử dụng các dụng cụ đó theo cách thành công.

Những khả năng đa dạng của tâm trí bạn chính là những công cụ mà bạn phải vận dụng để làm những việc giúp bạn giàu có, và bạn sẽ dễ thành công hơn nếu chọn được một lĩnh vực kinh doanh mà mình được trang bị nhiều công cụ nhất.

Nói chung, bạn sẽ thành công nhất ở lĩnh vực sử dụng các khả năng tốt nhất của bạn, tức những khả năng mà bạn "thích hợp nhất" một cách tự nhiên. Tuy nhiên, điều này cũng có những giới hạn của nó. Một người không nên coi nghề nghiệp của mình là cố

định không thể thay đổi được bởi đó là thiên hướng bẩm sinh của bản thân. Trong thực tế, bạn có thể làm giàu trong BẤT KỲ lĩnh vực nào, bởi nếu không có tài năng chuyên môn thì bạn vẫn có thể học hỏi chuyên môn đó, điều này có nghĩa là bạn có thể tạo ra những công cụ mới cho bản thân xuyên suốt hành trình làm giàu thay vì giới hạn bản thân trong những công cụ bẩm sinh sẵn có.

Bạn sẽ DỄ THÀNH CÔNG HƠN trong những lĩnh vực nghề nghiệp mà bạn đã sẵn có tài năng, tuy nhiên bạn vẫn CÓ THỂ thành công ở bất kỳ ngành nghề nào vì bạn có thể phát triển những khả năng cơ bản, và không có lĩnh vực nào mà bạn không có chút khả năng cơ bản cả. Bạn sẽ làm giàu dễ dàng nhất trong lĩnh vực mà bạn phù hợp nhất, nhưng bạn sẽ làm giàu viên mãn nhất nếu bạn được làm công việc mà bạn MUỐN làm. Bởi một người sẽ không bao giờ thỏa mãn thật sự nếu mãi mãi phải làm những điều họ không thích và không bao giờ được làm điều mình thích. Chắc chắn là bạn có quyền được làm những gì bạn muốn, và nỗi khát khao được làm điều mình mong muốn cho thấy bên trong bạn có một sức mạnh nội tại mạnh mẽ có thể giúp bạn làm điều đó. Khát vọng là một biểu hiện của sức mạnh.

Khát vọng chơi nhạc chính là sức mạnh thể hiện của tài năng âm nhạc, cũng như khát vọng phát minh ra máy móc chính là hình thức thể hiện của tài năng về cơ khí.

Nếu không có sức mạnh, cho dù là đã được phát triển hay chưa phát triển, để làm một việc gì đó, bạn sẽ không bao giờ có khát khao làm điều đó; ngược lại khi bạn có một khát khao mãnh liệt được làm điều gì thì đó là bằng chứng chắc chắn cho thấy sức mạnh nội tại để biến ước mơ đó thành hiện thực là rất mạnh mẽ và điều duy nhất đòi hỏi bạn phải làm là sức mạnh đó phải được phát triển và áp dụng theo một Cách Đúng đắn.

Bạn có thể làm những gì mình muốn và bạn có đặc quyền để theo đuổi công việc kinh doanh hay nghề nghiệp nào khiến bạn cảm thấy thoải mái, yêu thích nhất.

Bạn không nhất thiết phải làm những gì mình không thích và cũng không nên xem đó là phương tiện để mang đến cho bạn công việc mình yêu thích.

Nếu hậu quả của những sai lầm trong quá khứ đã khiến bạn phải ở trong một môi trường hay một lĩnh vực không mong muốn, có thể bạn buộc phải làm những gì mình không thích trong một thời gian nào đó. Tuy nhiên, bạn có thể biến việc mình đang làm

thành niềm vui bằng cách nghĩ rằng công việc đó sẽ giúp bạn đến với công việc bạn yêu thích và muốn làm.

Nếu bạn cảm thấy mình đang làm sai ngành nghề, đừng vội vàng tìm cách chuyển sang công việc khác. Cách tốt nhất để thay đổi môi trường hay công việc chính là tự lớn lên. Đừng ngại thay đổi đột ngột và nhanh chóng nếu cơ hội xuất hiện, nhưng cũng đừng hành động đột ngột và vội vã khi bạn còn ngờ vực điều gì.

Sáng tạo không bao giờ có chỗ cho sự vội vã và cũng không bao giờ thiếu những cơ hội.

Một khi đã thoát khỏi đầu óc cạnh tranh, bạn sẽ thấy rằng mình không bao giờ cần phải vội vã nữa. Sẽ chẳng có ai đánh bại bạn để tranh giành điều bạn mong muốn bởi mọi người ai cũng sẽ có phần của mình. Nếu một vị trí nào đó bị mất đi, một vị trí khác hoặc vị trí tốt hơn sẽ mở ra cho bạn ở phía trước vì vẫn còn rất nhiều thời gian cho bạn. Nhưng khi nào bạn còn nghi ngờ thì hãy đợi đã. Hãy tiếp tục chiêm nghiệm hình ảnh của bạn, gia tăng niềm tin và mục đích, và trong những lúc nghi ngờ hay do dự, hãy nuôi dưỡng lòng biết ơn của mình bằng mọi phương tiện.

Khi bạn hành động theo một Cách Nhất định, các cơ hội sẽ đến với bạn nhiều hơn và bạn cần phải rất vững vàng trong niềm tin và mục đích, đồng thời không ngừng liên kết với Trí tuệ Toàn thể bằng lòng biết ơn tôn kính.

Hãy làm tất cả những gì bạn có thể làm một cách hoàn hảo mỗi ngày nhưng hãy làm điều đó mà không cần sợ hãi, lo âu hay vội vã. Hãy làm với tốc độ nhanh nhất có thể nhưng đừng bao giờ vội vã. Hãy nhớ rằng ngay giây phút bạn bắt đầu vội vã tức là bạn đã thôi không còn là một người sáng tạo mà trở thành một kẻ cạnh tranh và bỏ rơi ý định ban đầu.

Bất cứ lúc nào bạn cảm thấy mình đang vội vã, hãy dừng lại để tập trung sự chú ý của bạn vào hình ảnh trong tâm trí về cái bạn mong muốn, đồng thời tỏ lòng biết ơn vì bạn sắp có nó.

Bài tập về LÒNG BIẾT ƠN luôn giúp bạn tăng cường niềm tin và tái tạo mục đích của bạn.

# 14.
# ẤN TƯỢNG VỀ SỰ GIA TĂNG

Cho dù bạn có thay đổi nghề nghiệp hay không thì hành động của bạn trong hiện tại phải liên quan đến lĩnh vực mà bạn đang tham gia.

Bạn có thể bước chân vào lĩnh vực mình muốn bằng cách tận dụng công việc mà mình đã tạo dựng và thực hiện công việc hàng ngày theo Cách Nhất định. Và nếu công việc của bạn có liên quan đến việc giao tiếp với mọi người, dù là trực tiếp hay qua thư từ, thì tư tưởng chính yếu của mọi nỗ lực của bạn phải được chuyển tải đến tâm trí họ ấn tượng về sự gia tăng.

Gia tăng là điều mà tất cả mọi người đều tìm kiếm. Đó chính là sự thôi thúc của Trí tuệ Vô hình sẵn có trong chúng ta luôn tìm kiếm sự thể hiện mình đầy đủ hơn. Tất cả mọi hoạt động của con người đều dựa trên khát khao được gia tăng; con người tìm kiếm nhiều lương thực hơn, nhiều quần áo hơn, chỗ ở tốt hơn, cuộc sống giàu sang hơn, vẻ đẹp hoàn thiện hơn, nhiều kiến thức hơn, nhiều niềm vui hơn, tóm lại là một sự gia tăng về mặt nào đó để cuộc sống trọn vẹn hơn.

Khi làm việc theo Cách Nhất định được mô tả trong các trang trước, bạn nhận được sự gia tăng liên tục cho bản thân và bạn đang mang nó đến cho tất cả những người mà bạn giao dịch. Bạn trở thành trung tâm sáng tạo mang lại sự gia tăng cho tất cả mọi người.

Hãy tin vào điều đó và truyền tải niềm tin ấy đến tất cả mọi người đàn ông, đàn bà, già trẻ lớn bé mà bạn gặp. Bất kể giao dịch nhỏ đến mức nào, thậm chí chỉ là việc bán một cái kẹo cho trẻ con, cũng để vào đó suy nghĩ về sự gia tăng và đảm bảo rằng khách hàng cũng bị ấn tượng bởi suy nghĩ đó.

Hãy chuyển tải ấn tượng về sự tiến bộ trong mọi thứ bạn làm, để tất cả mọi người nhận được ấn tượng rằng bạn là một con người cấp tiến, và để những ai liên hệ với bạn cũng sẽ tiến bộ theo. Hãy trao đi suy nghĩ về sự gia tăng với cả những người bạn chỉ xã giao và không có bất kỳ quan hệ nào về công việc. Bạn có thể chuyển tải ấn tượng này bằng cách giữ vững niềm tin không gì lay chuyển được rằng bạn, chính bản thân bạn, đang trên đường gia tăng, và bằng cách để cho niềm tin đó truyền cảm hứng, tràn đầy, thấm đẫm mọi hành động của bạn. Hãy làm tất cả những gì bạn phải làm với niềm tin rằng bạn là một người có tinh thần cầu tiến và bạn đang mang lại sự tiến bộ cho tất cả mọi người.

Hãy nghĩ rằng mình đang trở nên giàu có, chính điều đó sẽ giúp bạn làm cho người khác cũng trở nên giàu có và trao tặng lợi ích cho tất cả mọi người. Đừng khoe khoang, khoác lác về thành công của bạn hay nói về nó khi không cần thiết, niềm tin thực sự không bao giờ cần sự khoe khoang. Bạn cứ việc đơn giản cảm nhận niềm tin và để nó tự làm việc trong các giao dịch; hãy để từng lời nói, cử chỉ và nét mặt của bạn toát lên sự đảm bảo lặng lẽ rằng bạn sẽ trở nên giàu có và đã giàu có. Bạn không cần phải dùng đến lời nói để diễn tả cảm giác đó với mọi người, tự họ sẽ cảm nhận được cảm giác về sự gia tăng trong sự hiện diện của bạn và sẽ bị bạn lôi cuốn.

Bạn cũng phải làm cho những người khác có ấn tượng rằng giao hảo với bạn sẽ mang lại sự gia tăng cho họ, thấy rằng bạn đang mang lại cho họ giá trị sử dụng cao hơn nhiều so với giá trị tiền bạc mà bạn lấy từ họ.

Hãy tự hào một cách trung thực khi làm điều này và để mọi người cùng nhận ra nó, khi đó bạn sẽ không thiếu khách hàng. Mọi người sẽ đến những nơi nào họ được nhận sự gia tăng và do đó, công việc kinh doanh của bạn sẽ phát triển nhanh chóng và bạn sẽ ngạc nhiên trước những lợi ích bất ngờ đến với bạn.

Qua từng ngày, bạn sẽ có thể tạo ra những sự kết hợp lớn hơn, đảm bảo được những lợi thế lớn hơn và đến với công việc thích hợp hơn nếu bạn luôn khát khao được làm như vậy. Nhưng trong khi làm những việc này bạn không bao giờ được đánh mất hình ảnh về cái bạn mong muốn hay niềm tin và mục đích đạt được điều bạn muốn.

Để tôi cho bạn một lời cảnh báo về động cơ. Hãy cẩn thận với những cám dỗ quỷ quyệt khi tìm kiếm quyền lực đối với người khác.

Đối với một đầu óc chưa phát triển đầy đủ hoặc mới phát triển một phần, không gì vui sướng hơn việc thực thi sức mạnh của bản thân và thống trị người khác. Khát khao được cai trị người khác vì lòng ích kỷ là một điều đáng bị nguyền rủa trên thế gian này. Qua vô số thời đại, những ông vua bà chúa đã tưới máu trên trái đất này vì những cuộc chiến bành trướng quyền lực; đó không phải là để có một cuộc sống trọn vẹn hơn mà chỉ là để có nhiều quyền lực hơn cho bản thân họ.

Ngày nay, động cơ chính trong thế giới kinh doanh và công nghiệp là như nhau, con người dàn trận chỉ vì đồng đô la và hoang phí mạng sống cũng như trái tim của hàng triệu người trong những cuộc tranh giành quyền lực. Các vị vua thương mại cũng giống như vua chính trị, đều lấy cảm hứng từ nỗi thèm khát quyền lực.

Hãy cẩn thận với sự cám dỗ đi tìm quyền lực, để trở thành "bá chủ", để được coi là một người vượt trên tất cả và gây ấn tượng với kẻ khác bằng cách phô bày sự giàu có của mình... Tâm trí đi tìm sự bá chủ là một tâm trí mang tính cạnh tranh và do đó không phải là tâm trí sáng tạo. Để làm chủ môi trường và số phận của mình, bạn không cần phải cai trị mọi người và trong thực tế, khi đã rơi vào vòng tranh đấu vì địa vị cao trong xã hội, bạn sẽ bắt đầu bị chinh phục bởi số phận và môi trường, cơ hội làm giàu của bạn sẽ mang tính cơ hội và đầu cơ. Hãy cẩn thận với đầu óc cạnh tranh! Không có câu nói nào thể hiện nguyên tắc của hành động sáng tạo tốt hơn "Quy tắc Vàng" của Jones of Toledo quá cố, đó là "Những gì tôi muốn cho mình thì tôi cũng muốn cho mọi người".

# 15.
# NGƯỜI CẤP TIẾN

Những gì tôi nói trong chương trước có thể được áp dụng cho mọi người, từ các chuyên gia cho đến người làm công ăn lương và cả những người làm kinh doanh.

Bất luận bạn là một bác sĩ, giáo viên hay tu sĩ, nếu bạn có thể cho người khác sự gia tăng của cuộc sống và làm cho họ hiểu được điều đó, họ sẽ bị bạn lôi cuốn và bạn sẽ trở nên giàu có. Một thầy thuốc luôn giữ hình ảnh trong tâm trí mình là trở thành người chữa bệnh tuyệt vời và thành công, luôn làm việc với niềm tin và mục đích hướng tới hiện thực hóa hoàn toàn hình ảnh đó, sẽ đạt được thành công và bệnh nhân sẽ đến với anh ta thật đông đúc.

Sự thật đó cũng đúng với một người thầy giáo có thể truyền cảm hứng cho các em nhỏ với niềm tin và mục đích về cuộc sống tiến bộ. Anh ta sẽ không bao giờ "hết việc". Và bất cứ người thầy nào có niềm tin và mục đích này đều có thể chuyển tải chúng cho các em học sinh; họ không thể không làm điều đó vì đó chính là nhiệm vụ của cuộc đời họ.

Những gì là sự thật đối với một người thầy giáo, một bác sĩ cũng là sự thật đối với một luật sư, nha sĩ, nhân viên địa ốc hay bảo hiểm cùng tất cả mọi người.

Một người làm công ăn lương cũng sẽ thấy điều này đúng với họ như bao người khác. Đừng nghĩ rằng mình không có cơ hội làm giàu vì bạn đang làm việc trong một môi trường không hề cho thấy cơ hội để tiến lên hay vì đồng lương quá ít ỏi và chi phí cuộc sống quá cao. Hãy hình thành bức tranh rõ ràng trong tâm trí về điều bạn mong muốn và bắt tay hành động với niềm tin và mục đích cụ thể. Mỗi ngày, hãy làm tất cả những gì bạn có thể làm, và làm cho từng phần công việc đều được thành công hoàn hảo; hãy

đặt sức mạnh thành công và mục đích làm giàu của bạn vào tất cả những gì mình làm.

Nhưng đừng làm điều đó chỉ với ý nghĩ để làm hài lòng ông chủ của bạn và hy vọng rằng ông ấy, hoặc những người sếp của bạn, sẽ nhận ra bạn làm việc chăm chỉ và thăng tiến cho bạn, vì họ sẽ không làm như thế đâu.

Một người đơn thuần chỉ "giỏi" làm việc, lúc nào cũng làm hết khả năng và hài lòng với điều đó sẽ có giá trị trong mắt người chủ nhưng họ sẽ không vì thế mà tìm cách thăng tiến cho bạn, trong khi bạn xứng đáng được nhiều hơn thế.

Để đảm bảo có sự thăng tiến, đòi hỏi không chỉ bạn phải "lớn hơn" vị trí hiện tại của mình mà bạn còn phải có một khái niệm rõ ràng về điều mình muốn. Bạn biết rõ mình có thể trở thành điều mình muốn và quyết định TRỞ THÀNH cái mà mình mong muốn.

Hãy làm tốt công việc của bạn không chỉ để người chủ vui lòng mà để bản thân bạn tiến bộ. Hãy luôn giữ vững niềm tin và mục đích về sự gia tăng trong suốt thời gian làm việc, sau giờ làm việc và trước giờ làm việc, sao cho tất cả những ai liên hệ với bạn, từ anh sinh viên năm nhất, bạn đồng nghiệp hay những người quen biết trong xã hội đều cảm nhận được sức mạnh của mục đích đó toát lên từ bạn, nhờ vậy mọi người cũng cảm nhận được sự phát triển và tiến bộ của bạn. Mọi người sẽ bị bạn thu hút và nếu công việc hiện tại của bạn không có khả năng thăng tiến, chẳng mấy chốc bạn sẽ tìm được cơ hội để có một công việc khác.

Đừng chờ đến khi gặp được một cơ hội mang lại tất cả mọi thứ bạn muốn. Chỉ cần một cơ hội tốt hơn cái hiện tại của bạn xuất hiện và bạn cảm thấy mình bị thu hút bởi điều đó, hãy đón nhận nó. Đó sẽ là bước đầu tiên hướng bạn tiến đến cơ hội lớn hơn. Thế gian này sẽ không thiếu cơ hội cho một người có cuộc sống cấp tiến.

# 16.

# MỘT SỐ LƯU Ý VÀ QUAN SÁT KẾT LUẬN

Nhiều người sẽ cười chế giễu khi nghe đến khái niệm có một môn khoa học làm giàu chính xác như toán học. Với suy nghĩ nguồn cung cấp của cải là có giới hạn, họ nhất định tin rằng trước khi đa số người dân có thể sống sung túc thì các tổ chức nhà nước và xã hội cần phải được thay đổi.

Nhưng điều đó là không đúng.

Các cá nhân có thể suy nghĩ và hành động theo Cách Nhất định vào bất cứ lúc nào, dưới bất kỳ chính quyền nào để làm giàu cho bản thân. Và dưới bất kỳ chính quyền nào, khi có một lượng đáng kể các cá nhân làm được như thế, họ sẽ khiến cho hệ thống phải điều chỉnh lại để mở lối cho họ. Càng có nhiều người làm giàu bằng con đường cạnh tranh thì càng có nhiều người khác lâm vào tình cảnh tệ hại hơn, trong khi đó càng có nhiều người làm giàu bằng con đường sáng tạo thì những người khác càng có cuộc sống tốt đẹp hơn.

Việc cải thiện kinh tế cho số đông dân chúng chỉ có thể được thực hiện khi có thật nhiều người thực hành phương pháp khoa học được đề ra trong quyển sách này và trở nên giàu có. Những người này sẽ chỉ cho những người khác thấy cách làm và truyền cảm hứng cho họ có khát khao về một cuộc sống tốt đẹp hơn, với niềm tin là điều đó hoàn toàn có thể đạt được.

Tuy nhiên, bạn cần nhớ rằng mình phải suy nghĩ một cách sáng tạo và không bao giờ được có một phút giây nào phản bội lại điều đó khi cho rằng nguồn lực của cuộc sống này là hữu hạn hay hành động theo lối cạnh tranh. Bất cứ khi nào bạn trở lại với lối suy

nghĩ cũ kỹ đó, hãy điều chỉnh bản thân ngay vì lối suy nghĩ cạnh tranh sẽ tước đi của bạn sự hỗ trợ của Trí tuệ Vĩ đại.

Đừng mất thời gian để nghĩ về những tình huống khẩn cấp mà mình có thể gặp trong tương lai, ngoại trừ những quy tắc cần thiết có thể ảnh hưởng đến hành động hiện tại của bạn. Bạn chỉ nên tập trung vào việc làm công việc của ngày hôm nay sao cho thành công một cách hoàn hảo chứ không phải là những tình huống khẩn cấp có thể xảy ra vào ngày mai; khi nào chúng xảy đến, bạn mới phải chú ý đến chúng. Cũng đừng bận tâm đến những câu hỏi như làm thế nào để vượt qua các trở ngại có thể hiện ra lờ mờ nơi chân trời sự nghiệp của bạn, trừ khi bạn có thể thấy rõ rằng mình phải thay đổi đường hướng hôm nay để tránh chúng. Cho dẫu có trở ngại to lớn hiện ngay trước mắt, nhưng nếu bạn hành động theo Cách Nhất định thì nó sẽ tự biến mất như đã tự hiện ra hoặc bạn sẽ tìm ra con đường để đi vòng qua nó.

Đừng có suy nghĩ lo lắng về các tai họa, trở ngại, đau khổ và hoàn cảnh bất lợi có thể xảy ra. Bạn sẽ có đủ thời gian để đối mặt với những việc như thế này khi chúng đến, và rồi bạn sẽ thấy rằng mỗi khó khăn đó đều mang theo một điều cần thiết giúp bạn vượt qua.

Hãy cẩn thận với lời nói của mình. Đừng bao giờ nói về bản thân, công việc của bạn hay bất kỳ điều gì khác với một giọng điệu chán nản, ngã lòng.

Đừng bao giờ thừa nhận khả năng thất bại, hay ám chỉ rằng thất bại là một điều có thể xảy ra.

Đừng bao giờ nói về thời buổi khó khăn hay điều kiện kinh doanh không chắc chắn. Những điều đó chỉ dành cho những người có đầu óc cạnh tranh chứ không phải dành cho bạn, vì bạn có thể tạo ra những gì mình muốn và bạn vượt lên trên nỗi sợ hãi. Trong khi những người khác trải qua thời buổi khó khăn và kinh tế tệ hại thì bạn sẽ tìm thấy những cơ hội tuyệt vời nhất của mình.

Hãy rèn luyện bản thân để có được cách suy nghĩ và nhìn về thế giới như một điều gì đó đang lớn lên, đang phát triển và coi những thứ xấu xa chỉ là một điều gì đó kém phát triển. Hãy luôn nói về sự tiến bộ, vì làm ngược lại chính là bạn đang chối bỏ niềm tin của bạn; và chối bỏ niềm tin của mình chính là đánh mất nó.

Đừng bao giờ cho phép bản thân cảm thấy thất vọng. Có thể tại một thời điểm nào đó bạn đang mong đợi một điều gì đó và do

chưa có được tại thời điểm ấy nên bạn cảm thấy như một thất bại. Nhưng nếu giữ vững niềm tin của mình, bạn sẽ thấy rằng thất bại đó chỉ là hình thức bên ngoài.

Hãy hành động theo Cách Nhất định và nếu bạn không nhận được cái mình mong muốn, bạn sẽ nhận được một thứ khác còn tốt hơn và bạn sẽ thấy, dường như thất bại lại chính là một thành công vượt bậc. Một học viên của môn khoa học này đã luôn nghĩ đến việc tạo ra một sự kết hợp kinh doanh nào đó, dường như nó là khát khao mãnh liệt của anh tại thời điểm đó và anh đã ra sức làm việc trong nhiều tuần liền để biến nó thành hiện thực. Khi thời điểm trọng yếu đến, mọi thứ bỗng thất bại không gì giải thích được, cứ như thể đã có một thế lực vô hình nào đó thầm lặng chống lại anh. Nhưng anh không thất vọng mà ngược lại đã cảm ơn Chúa vì những gì mình khát khao đã thất bại và không ngừng tâm niệm biết ơn. Vài tuần sau, một cơ hội tốt hơn nhiều đã đến với anh! Và anh nhận ra rằng Trí tuệ Vũ trụ vốn hiểu biết hơn anh rất nhiều đã ngăn cản anh không bị mất cái tốt hơn nhiều bằng cách gây rắc rối cho cái kém hơn.

Dường như đó là cách mà những thất bại lại có ích cho bạn, nếu bạn giữ vững niềm tin, mục đích và lòng biết ơn của mình và mỗi ngày đều làm tất cả những gì mình có thể làm trong ngày đó với sự thành công trong từng hành động. Bạn thất bại là vì đã không đòi hỏi đủ, hãy tiếp tục và một điều khác lớn hơn những gì bạn đang tìm kiếm chắc chắn sẽ đến với bạn. Hãy nhớ điều này. Bạn không thất bại vì thiếu tài năng cần thiết để làm điều mình muốn. Nếu bạn tiếp tục như tôi đã hướng dẫn, bạn sẽ phát triển được mọi tài năng cần thiết để làm công việc của bạn.

Quyển sách này không nhằm để nói về khoa học nuôi dưỡng tài năng nhưng trong thực tế, khoa học này cũng đơn giản và chính xác như quá trình làm giàu vậy.

Tuy nhiên, đừng ngần ngại hoặc do dự vì sợ rằng khi bạn đến một nơi nào đó bạn sẽ thất bại vì thiếu khả năng, hãy cứ tiến lên và khi đến đó, bạn sẽ được trang bị khả năng đó. Một nguồn lực Khả năng tương tự nguồn lực đã giúp một thanh niên không được học hành như Lincoln làm được công việc trọng đại nhất trong chính phủ Hoa Kỳ cũng sẽ mở ra với bạn. Bạn có thể thu dụng tất cả những trí tuệ sẵn có để có đủ khôn ngoan đáp ứng mọi trách nhiệm đang đặt ra trước bạn.

Hãy tiến lên với niềm tin trọn vẹn! Hãy nghiền ngẫm quyển sách này và xem nó là người bạn đồng hành của bạn cho đến khi nào

bạn nắm vững tất cả những ý tưởng được đề cập trong đây. Một khi đã xây dựng được niềm tin vững chắc, bạn sẽ dễ dàng từ bỏ hầu hết mọi thú tiêu khiển và vui chơi, và tránh xa những nơi đi ngược lại với những gì cấp tiến được đề cập trong cuốn sách này. Đừng đọc những tác phẩm gây bi quan hay mâu thuẫn và cũng đừng tranh cãi về vấn đề này. Hãy dành phần lớn thời gian rảnh rỗi của bạn chiêm nghiệm viễn ảnh giấc mơ của bạn và nuôi dưỡng lòng biết ơn trong lúc đọc quyển sách này. Nó chứa đựng tất cả những gì bạn cần biết về Khoa học Làm giàu và bạn sẽ tìm thấy những phần nội dung tóm tắt thiết yếu trong chương sau.

# 17.

# TÓM TẮT KHOA HỌC LÀM GIÀU

Có một vật liệu tư duy vốn là cội nguồn tạo nên tất cả mọi thứ và nó len lỏi, thấm đẫm mọi ngóc ngách của vũ trụ. Một ý nghĩ trong chất này đã tạo ra những thứ được hình dung trong tâm trí của chúng ta.

Con người phải tạo ra một hình ảnh rõ rệt, cụ thể trong tâm trí về cái mình muốn có, muốn làm hay muốn trở thành và phải giữ hình ảnh tinh thần đó trong suy nghĩ của mình, đồng thời thể hiện lòng biết ơn sâu sắc đối với Đấng Tối Cao vì đã ban tặng tất cả những khát khao cho mình. Một người muốn trở nên giàu có phải dành thời gian rảnh rỗi để chiêm nghiệm viễn ảnh ước mơ của mình và nghiêm túc tạ ơn vì những gì mình đã nhận được trong thực tế. Đây chính là quy trình giúp ghi lại ấn tượng nơi Chất Vô hình và khiến nguồn lực sáng tạo bắt đầu chuyển động.

Năng lượng sáng tạo làm việc thông qua các kênh phát triển tự nhiên cũng như trật tự xã hội và công nghiệp đã được thiết lập. Những gì bạn muốn sẽ đến với bạn thông qua các cách thức mua bán, trao đổi sẵn có. Để đón nhận những điều đó khi chúng đến với mình, bạn phải tỏ ra năng động và sự năng động đó không chỉ thể hiện qua sự hiện diện của bạn. Bạn phải luôn ghi nhớ Mục tiêu làm giàu thông qua việc hiện thực hóa hình ảnh có trong tâm trí của mình. Và mỗi ngày, bạn cũng phải làm tất cả những gì cần làm, chăm chút để được thành công trong mỗi hành động. Bạn phải mang lại cho tất cả những người có liên hệ với mình giá trị sử dụng cao hơn giá trị tiền bạc mà bạn nhận được từ họ, nhờ đó mà mỗi giao dịch sẽ tạo ra nhiều thứ hơn cho cuộc sống. Đồng thời bạn cũng phải có một suy nghĩ cấp tiến rằng mình sẽ tạo nên ấn tượng tốt đẹp về một cuộc sống giàu có, phong phú hơn cho tất cả những người mà mình gặp.

Tất cả những ai thực hiện các hướng dẫn trên đây chắc chắn sẽ trở nên giàu có, và sự giàu có họ nhận được sẽ tỉ lệ thuận với tính xác định của hình ảnh mà họ mơ ước, tính cố định của mục tiêu, tính vững chắc của niềm tin và độ sâu của lòng biết ơn trong họ.

# Đoạn kết

Tôi đặt bút xuống và cảm thấy rất hài lòng vì đã chia sẻ với thế giới về tấm bản đồ của mình cũng như cách làm giàu mà BẠN hoàn toàn xứng đáng có được. Vậy thì bạn còn chờ gì nữa? Hãy leo lên Con Tàu Thành Đạt và hướng đến bến bờ Mục tiêu của bạn, hãy suy nghĩ lớn lao bởi con tàu khổng lồ này đòi hỏi một hành trình dài chứ không phải chỉ những mục tiêu bé nhỏ ngắn hạn. Hãy email cho tôi về THÀNH CÔNG của bạn.

Tôi biết mình đi khá sâu vào quá trình tư duy và tiềm thức nhưng hãy tin tôi, nếu bạn đọc đi đọc lại quyển sách này ít nhất 6 lần, bạn sẽ có trong tay những công cụ để thành công trong bất cứ lĩnh vực gì của cuộc đời! (1)

Đó là tất cả những gì tôi muốn nói với bạn.

Charles H. Cranford

2011

(1) Hiện nay Charles đang giảng dạy về các bài viết của Napoleon Hill và của bản thân ông. Nếu bạn quan tâm và muốn biết thêm thông tin, xin liên hệ successchc@yahoo.com

# Phần 2

# 10 BÍ QUYẾT ĐỂ TRỞ THÀNH NGƯỜI BÁN HÀNG XUẤT SẮC

Trước khi bạn đọc phần này, cho tôi hỏi bạn: "Bạn đang bán gì?".

Có thể bạn trả lời: "Ả, tôi không bán gì hết, tôi không bán hàng". Vậy hãy để tôi nhắc nhở bạn biết rằng tất cả mọi người chúng ta đều là người bán hàng! Nếu bạn có con, chúng đang bán cho bạn lý do tại sao chúng cần ngủ qua đêm ở nhà bạn bè hoặc lý do tại sao chúng cần có chương trình trò chơi điện tử mới nhất. Với phụ nữ, nếu bạn đã kết hôn hoặc có bạn trai, họ bán cho bạn lý do tại sao họ cần phải chơi golf vào cuối tuần này hoặc lý do tại sao họ cần chiếc thuyền đánh cá mới. Và với những người đàn ông, nếu bạn đã kết hôn hoặc có bạn gái, họ bán cho bạn, lúc này hay lúc khác, lý do tại sao bạn cần đồ nội thất mới, một kỳ nghỉ, một cặp vé cho buổi biểu diễn, v.v. Bạn thấy đấy, tất cả chúng ta đều bán một cái gì đó cho ai đó, lúc này hay lúc khác.

Vì vậy, một lần nữa, cho tôi hỏi bạn: "Bạn đang bán gì?".

Nếu bạn chỉ tập trung vào những gì mang lại lợi ích cho bạn, bạn sẽ thất bại. Nếu bạn tập trung vào các tính năng của sản phẩm bạn đang bán, bạn vẫn thất bại. Chỉ khi bạn tập trung vào nhu cầu của người mà bạn đang bán và những lợi ích mà họ sẽ nhận được từ việc mua, bạn sẽ có cơ hội chiến thắng. Tập trung vào nhu cầu và lợi ích của khách hàng, đây là điều sẽ giúp bạn trong mọi thương vụ, mọi giao tiếp.

Bí quyết 1: Hiểu biết sâu sắc về khái niệm "Nghệ thuật bán hàng"

Bí quyết 2: Chiến luọc "bán" bản thân

Bí quyết 3: Những phẩm chất bạn cần xây dựng

Bí quyết 4: Khám phá 9 động cơ căn bản của khách hàng

Bí quyết 5: "Tựkỷ ám thị", bước đầu tiên của nghệ thuật bán hàng

Bí quyết 6: Tập trung

Bí quyết 7: Tiên phong và lãnh đạo

Bí quyết 8: Đánh giá khách hàng tiềm năng

Bí quyết 9: Chuẩn bị tâm lý cho khách hàng tiềm năng

Bí quyết 10: Nghệ thuật kết thúc thương vụ

# Bí quyết 1
# HIỂU BIẾT SÂU SẮC VỀ KHÁI NIỆM "NGHỆ THUẬT BÁN HÀNG"

**Chân dung người bán hàng xuất sắc**

Một Người Bán hàng Chuyên nghiệp là một nghệ sĩ có thể vẽ nên bức tranh bằng lời nói của mình trong trái tim của khách hàng một cách khéo léo không kém gì Rembrandt - họa sĩ tài ba người Hà Lan - pha màu trên vải. Anh ta là một nghệ sĩ có thể chơi một bản giao hưởng trên những cảm xúc của con người một cách hiệu quả như nghệ sĩ lừng danh Paderewski điều khiển các phím của cây đàn piano.

Một Người Bán hàng Chuyên nghiệp là một nhà chiến lược về tư tưởng. Anh ta có thể sắp xếp những suy nghĩ của người khác chẳng khác gì Eisenhower chỉ huy các quân đội đồng minh trong Thế chiến thứ II.

Một Người Bán hàng Chuyên nghiệp là một triết gia có thể diễn giải các nguyên nhân từ hiệu quả và ngược lại.

Một Người Bán hàng Chuyên nghiệp là một nhà phân tích tính cách, anh ta hiểu rõ con người như Einstein hiểu về toán học cao cấp.

Một Người Bán hàng Chuyên nghiệp là một người có thể đọc được suy nghĩ của người khác. Anh ta hiểu đối tượng đang nghĩ gì thông qua nét mặt, lời nói, sự im lặng và cả "cảm nhận" tự trải nghiệm trong lòng.

Một Người Bán hàng Chuyên nghiệp là một "thầy bói". Anh ta có thể tiên đoán được tương lai nhờ quan sát những gì đã xảy ra trong quá khứ.

Các thuộc tính của bán hàng chuyên nghiệp sẽ được mô tả trong cuốn sách này. Bạn cũng có thể tìm thấy ở đây các phương tiện mà nhờ đó bạn có thể đạt được những phẩm chất ấy. Mục đích của cuốn sách là để cho người đọc có thể chuyển đổi tính tầm thường thành tính chuyên nghiệp trong nghệ thuật thuyết phục.

Cuộc sống là một chuỗi trải nghiệm và hoàn cảnh không ngừng biến đổi. Chẳng có trải nghiệm nào là giống trải nghiệm nào. Cũng chẳng có người nào giống với người nào. Ngày qua ngày, chúng ta đang trải nghiệm những biến đổi của ống kính vạn hoa cuộc đời. Điều đó khiến bản thân chúng ta cần phải thích nghi với những người có suy nghĩ và hành động rất khác với bản thân mình. Sự thành công của chúng ta phụ thuộc rất nhiều vào hiệu quả cách thức đàm phán của chúng ta với mọi người trong những mối liên hệ hàng ngày mà không khiến họ cảm thấy khó chịu hay phản đối.

Hình thức thương lượng đó đòi hỏi sự thấu hiểu về nghệ thuật bán hàng. Tất cả chúng ta đều là những người bán hàng, cho dù chúng ta có gọi mình là gì. Nhưng không phải tất cả chúng ta đều là những người bán hàng chuyên nghiệp!

Mỗi năm người ta tốn hàng triệu đô la để dạy cho người bán hàng những gì nên nói chứ KHÔNG PHẢI NHỮNG GÌ NÊN HỎI!

**Định nghĩa Nghệ thuật bán hàng**

Hồi tôi mới bắt đầu bán hàng, người bán hàng thật dễ được phép bước vào bên trong nhà của khách hàng. Thời đó, việc bán hàng chủ yếu là cho các công ty nhỏ hoặc người mua lẻ, và việc đó dễ dàng hơn bây giờ nhiều. Những phát minh và công nghệ mới như thư điện tử, hộp thư thoại, fax, điện thoại di động, trang mạng, internet, Skype, IPod cho phép người ta bán hàng ngay tại bàn làm việc của mình. Điều này làm cho việc chốt thương vụ chỉ còn thành công ở tỷ lệ dưới 5%. Bạn không còn cách nào để tìm hiểu về người gác cổng khi họ đã được thay bằng hộp thư thoại.

Những người bán hàng phải nhận ra rằng luật chơi đã thay đổi và do vậy bạn cũng phải thay đổi theo. Những khuôn mẫu bán hàng cũ không còn hiệu quả cũng như các phương thức đào tạo bán hàng cũ không còn truyền cảm hứng cho chúng ta được nữa bởi

chúng ta cần đến những phương pháp mới. Bạn phải thay đổi vì bạn sẽ khám phá ra những cách thức mới và hiệu quả hơn để tiếp cận quá trình bán hàng, sử dụng kỹ thuật để gia tăng khả năng chốt thương vụ của bạn. "Muốn ăn phải lăn vào bếp", ông bà xưa đã nói như vậy, nhưng trong thời buổi hiện nay, dường như mọi người muốn bán hàng thật nhiều mà không cần phải nỗ lực.

Chúng ta phải học cách xử lý sự từ chối, bởi đây là thử thách lớn nhất của chúng ta và sự tự tin là rất quan trọng. Cuốn sách này sẽ trao cho bạn sự tự tin đó, giảm bớt sự từ chối và tạo động lực cho bạn đi đến mục tiêu tiếp theo, mặc cho mọi người khác cứ tiếp tục nghi ngờ.

Tôi đã đưa ra năm định nghĩa về nghệ thuật bán hàng như sau:

Thứ nhất: Bán hàng là khả năng thể hiện sự chân thành, hàng hóa và các gợi ý của bạn cho một người hoặc nhiều người đến mức khiến họ khát khao về một đặc quyền, cơ hội, sở hữu hay lợi ích nào đó.

Thứ hai: Bán hàng là khả năng của những người chuyên nghiệp có thể cung cấp một dịch vụ, sự trợ giúp và sự hợp tác, đến mức làm cho một số người công nhận, kính nể và muốn trả thù lao cho bạn.

Thứ ba: Bán hàng là khả năng thực hiện công việc, trách nhiệm và dịch vụ của một nhân viên đến mức khiến người chủ muốn trả công, khen ngợi và tạo điều kiện thăng tiến.

Thứ tư: Bán hàng là khả năng tỏ ra lịch thiệp, tử tế dễ chịu và quan tâm đến mức khiến mọi người bạn gặp đều tôn trọng, yêu mến và nể phục bạn.

Thứ năm: Bán hàng là khả năng viết lách, thiết kế, tô màu, phát minh, sáng tạo, sáng tác và hoàn chỉnh mọi thứ đến mức khiến mọi người nghĩ rằng những ai sở hữu các tác phẩm đó đều là người hùng hay ngôi sao vĩ đại.

Những định nghĩa này rất rộng, chúng dễ dàng bao trùm tất cả hoạt động của con người. Cả cuộc đời của tất cả chúng ta đều là một chuỗi dài liên tục của sự bán hàng.

Một đứa bé mới sinh cũng là một người bán hàng! Khi cần thức ăn, nó la lớn đòi ăn. Khi đau đớn, nó la lớn để mọi người chú ý.

Phụ nữ là những người bán hàng giỏi nhất trên trái đất này. Họ vượt xa nam giới nhờ tế nhị hơn, dễ khiến người đối diện xúc

động hơn và khéo léo hơn. Trong việc cầu hôn, đàn ông cứ tưởng rằng đang bán mình cho phụ nữ. Tuy nhiên, nhìn chung thì chính phụ nữ mới là người làm công việc bán hàng đó thông qua việc làm cho bản thân trở nên duyên dáng, quyến rũ và lôi cuốn.

Tuy các định nghĩa trên đã rõ nhưng tôi vẫn muốn bổ sung thêm vào danh sách trên một định nghĩa nữa: bán hàng là nghệ thuật gieo vào tâm trí của người khác một động cơ dẫn đến một hành động nào đó mà bạn thích.

Tầm quan trọng của định nghĩa này sẽ xuất hiện xuyên suốt cuốn sách này.

Yếu tố khiến một người bán hàng trở nên chuyên nghiệp chính là khả năng thuyết phục người khác hành động có động cơ mà không thể cưỡng lại hay phản kháng.

Và những người bán hàng chuyên nghiệp gặp rất ít sự cạnh tranh, bởi trong thực tế có rất ít người bán hàng chuyên nghiệp!

Những người bán hàng chuyên nghiệp biết rõ họ muốn gì! Họ biết lập kế hoạch để đạt được những gì họ muốn. Thêm vào đó, họ luôn bắt tay vào việc thực hiện kế hoạch ấy.

Có hai hình thức nỗ lực bán hàng, đó là khi người bán hàng thương lượng với một người và khi người bán hàng thương lượng với một nhóm người. Hình thức thứ hai chính là bán hàng cho công chúng, chứ không phải là nói chuyện trước công chúng.

Việc học tập của một người bán hàng chuyên nghiệp chỉ hoàn tất khi anh ta đã có đủ khả năng thuyết phục một cá nhân cụ thể lẫn một nhóm người nào đó. Khả năng nói chuyện với các nhóm người khác nhau là một tài sản quý giá và mang lại cho người bán hàng cơ hội lớn. Đây là khả năng tự thân đạt được, là cả một nghệ thuật mà bạn chỉ có thể có được nhờ nghiên cứu, nỗ lực và trải nghiệm thấu đáo. (Hãy tham gia khóa học nói chuyện trước công chúng).

Nếu bạn có một động cơ hợp lý thì điều này có thể giúp dự đoán được sự thành công lâu dài của bạn trong việc bán hàng!

Một nhà lãnh đạo thành công trong tương lai, dù là trong lĩnh vực bán hàng hay các lĩnh vực khác của cuộc sống, đều phải tạo ra Nguyên tắc Vàng làm cơ sở lãnh đạo. (Hãy làm cho người khác những gì bạn muốn họ làm cho mình).

Trong tương lai, câu hỏi quan trọng nhất sẽ là "Tôi có thể phục vụ cho người khác được bao nhiêu?" chứ không phải là "Tôi kiếm được bao nhiêu?".

# Bí quyết 2
# CHIẾN LƯỢC "BÁN" BẢN THÂN

**Biết quảng bá bản thân một cách thông minh**

Có thể cả thế giới này sẽ đổ xô đến tận cửa nhà bạn nếu trong tay bạn có một món hàng tốt hơn so với láng giềng cho dù bạn có ở tận sâu trong rừng, nhưng bạn cũng biết rõ là mọi người chỉ đổ xô đến cửa hiệu của bạn khi bạn cho họ biết địa điểm và địa điểm đó được "quảng bá" một cách đúng đắn. Thomas A. Edison tuy chỉ học hành không đến ba tháng nhưng đã trở thành "nhà phát minh vĩ đại nhất thế giới" vì ông có khả năng quảng bá bản thân hiếm thấy. Ông đã thành công tại thời điểm có không dưới mười ngàn nhà phát minh, trong số đó rất nhiều người cũng tài giỏi như ông nhưng chưa bao giờ được nhắc đến hay trở nên nổi tiếng.

Elvis Presley là một nhân vật trong lĩnh vực giải trí đã đạt đến cương vị ngôi sao. Anh ta có giọng hát hay và phong cách đẹp, nhưng quan trọng hơn cả là anh ta có được nhà quản lý Colonel Parker. Nhờ tài quản lý khôn ngoan của ông ta, Presley có thể yêu cầu và nhận được khoản thù lao ngất ngưởng mỗi khi lên sân khấu, thu âm hay đóng phim.

**Khám phá động cơ của khách hàng**

Động cơ chính là hạt giống mà từ đó một thương vụ sẽ nẩy mầm. Mọi hạt giống đều chứa đựng mầm sống, bằng không nó sẽ không thể nào nẩy mầm cho dù có được gieo vào bất kỳ loại đất nào. Tương tự, động cơ cũng phải chứa đựng một mầm sống vì nếu không nó cũng sẽ không nẩy mầm thành một thương vụ. Một người biết cài đặt "mầm sống" vào trong động cơ chính là một người bán hàng chuyên nghiệp - chuyên nghiệp bởi anh ta nắm bắt được viễn ảnh trong đầu người mua và tận dụng nó cho việc bán hàng của mình.

Khi một người bán hàng chuyên nghiệp đã vẽ nên một động cơ thích hợp trong tâm trí của khách hàng tiềm năng, tự nó sẽ làm việc như nấm men tự lên men trong bột bánh mì.

Hành vi bán hàng, về mặt khoa học, có thể so sánh với công việc của một họa sĩ làm việc trên giá vẽ. Cũng giống như người nghệ sĩ đưa từng nét cọ để tạo nên một tổng thể hài hòa về hình dáng và màu sắc, người bán hàng chuyên nghiệp vẽ nên một bức tranh bằng lời nói về cái mà họ đang bán trên tấm toan vẽ chính là trí tưởng tượng của khách hàng. Đầu tiên anh ta chỉ phác họa sơ nét bức tranh mình muốn vẽ, sau đó lấp đầy bức tranh ấy bằng những chi tiết và dùng ý tưởng để vẽ. Và ngay chính tại trung tâm của bức tranh ấy, anh ta sẽ phác họa rõ nét động cơ mua hàng! Tương tự như bức tranh cần dựa trên một chủ đề nào đó, một thương vụ phải dựa trên một động cơ cụ thể để đảm bảo bán hàng thành công.

**Kích thích động cơ mua hàng**

Bức tranh mà một nghệ sĩ bán hàng chuyên nghiệp vẽ nên trong tâm trí của khách hàng tiềm năng không đơn thuần là một khung xương phác họa. Các chi tiết của nó phải hoàn chỉnh đến mức khách hàng không chỉ thấy rõ toàn bộ bức tranh hoàn thành mà nó còn phải làm khách hàng hài lòng! Động cơ chính là cái quyết định mức độ làm hài lòng khách hàng của bức tranh ấy.

Những người không chuyên và trẻ con có thể vẽ một con ngựa thô sơ đến mức không mấy ai nhận ra đó là con ngựa. Trong khi đó, một nghệ sĩ thực thụ khi vẽ con ngựa phải khiến người xem thốt lên "Ôi đẹp quá! Trông thật là sống động!". Người nghệ sĩ ấy đã vẽ cả hành động, thực tế và cuộc sống vào trong bức tranh của mình.

Giữa một người tự cho mình là nhân viên bán hàng và một Người Bán hàng Chuyên nghiệp cũng có sự khác biệt tương tự như giữa một cây cọ nghiệp dư và một nghệ sĩ thực thụ. Một người bán hàng thiếu năng lực sẽ vội vẽ phác họa thô sơ cái mà anh ta muốn bán và thiếu hẳn động cơ của bức tranh. Anh ta sẽ nói rằng, "Đấy, mọi thứ đã rõ như trong lòng bàn tay vậy! Giờ anh sẽ mua hàng chứ?". Nhưng người khách hàng tiềm năng không nhìn thấy những gì người bán hàng vẫn còn cất giữ trong tâm trí của anh ta, hoặc nếu có "thấy" thì cũng không cảm nhận được. Anh ta không thể nào bị thôi thúc đến mức phải hành động trước một bức phác thảo thô sơ hoặc chưa hoàn chỉnh hay thiếu sức sống. Trong tâm trí của anh ta không hề có một hạt giống khát khao nào được gieo trồng cũng như không có một động cơ hấp dẫn. Đó chính là lý do

khiến anh ta không đạt được kết quả mong muốn.

Người bán hàng chuyên nghiệp sẽ vẽ một bức tranh khác hẳn. Anh ta không bỏ sót một chi tiết nào. Anh ta pha trộn các màu sắc của lời nói với nhau, tạo nên một sự hài hòa, cân đối khiến người nghe phải vận dụng trí tưởng tượng. Anh ta vẽ nên một bức tranh xung quanh động cơ mua hàng vốn thống lĩnh toàn bộ bức tranh ấy, khiến cho tâm trí của khách hàng phải làm việc thay cho anh ta. Đó chính là nghệ thuật Bán hàng Chuyên nghiệp!

Nghệ thuật bán hàng chuyên nghiệp bao gồm một chuỗi ấn tượng bằng hình ảnh được tô vẽ khéo léo trong tâm trí của người khách hàng tiềm năng thông qua một hoặc các giác quan - càng nhiều giác quan càng tốt. Nếu những hình ảnh được mô tả bằng lời đó không rõ ràng và nổi bật, không hài hòa và kết hợp đúng mực với động cơ, chúng sẽ không thúc đẩy được người khách hàng tiềm năng bắt tay vào hành động.

Bên cạnh các hình ảnh bằng lời nói đó, họ thường bổ sung thêm mẫu thử hoặc hình ảnh sản phẩm vì biết rằng thương vụ sẽ dễ thực hiện hơn nếu người nghe phải vận dụng đến nhiều giác quan khi nghe họ trình bày cũng như được chỉ ra nhiều động cơ để hành động.

Nghệ thuật bán hàng chuyên nghiệp bắt đầu và kết thúc bằng một động cơ thích hợp! Miễn là bạn chọn đúng một động cơ thích hợp và đề cập đến điều đó trong buổi bán hàng thì xem như khởi đầu cũng đã là kết thúc rồi.

Nói một cách nào đó, mọi sự bán hàng đều là như vậy cả. Con người quyết định mua hay không mua một món hàng nào đó cũng chỉ vì động cơ đằng sau thương vụ đó! Hãy chọn lấy một động cơ đúng đắn và xem đó là cơ sở cho những gì bạn trình bày khi bán hàng, khi đó thương vụ của bạn xem như đã thành công ngay từ khi bạn chưa bắt đầu.

Tuy nhiên, bạn cần nhớ rằng mình phải tạo ra động cơ trong tâm trí của khách hàng. Hầu hết mọi người không có khả năng tưởng tượng và cũng không có xu hướng tự tạo ra động cơ mua sản phẩm của bạn. Một người thiếu nhiệt tình chỉ trở thành khách hàng của bạn khi bạn khéo léo và mạnh mẽ gieo vào đầu óc họ một động cơ đủ sức thúc đẩy.

**Nghệ thuật quảng cáo**

Nghệ thuật quảng cáo không chỉ là một trong các yếu tố quan

trọng của nghệ thuật bán hàng chuyên nghiệp mà còn có vai trò quan trọng trong mọi nghề nghiệp của cuộc sống.

Một chuyên viên quảng cáo giỏi là người có thể kịch tính hóa các sự kiện thường nhật và khoác lên cho nó một dáng dấp độc đáo và hấp dẫn. Nghệ thuật quảng cáo hiệu quả sẽ gợi nên trí tưởng tượng hiệu quả đủ giúp người bán hàng nhận ra đâu là các sự việc, con người và tình huống có thể được kịch tính hóa.

Chính nhờ nghệ thuật quảng cáo mà Roger Babson đã tạo ra vận may từ những con số thống kê khô khan và đơn điệu. Bằng cách sử dụng các biểu đồ hình họa và sự diễn giải thích hợp, ông đã thật sự khiến các con số phải nói nên lời. Thành công của ông phần lớn, nếu không muốn nói là tất cả, chính là nhờ ở khả năng quảng cáo.

Mọi người thường mua tính cách và ý tưởng nhanh hơn là mua một món hàng. Đây chính là lý do khiến một nhân viên bán hàng hiệu quả bán được hàng hóa trong khi các nhân viên bán hàng khác thì không thể. Một nhân viên bán bảo hiểm không hiểu biết gì về nghệ thuật quảng cáo lẫn tính cách kém sức thu hút thường chỉ biết liệt kê danh sách dịch vụ trong khi một nhân viên bảo hiểm giỏi sẽ bán mọi thứ ngoại trừ các con số thống kê và hiếm khi dùng đến từ "điều khoản". Bởi anh ta không cần phải làm điều đó. Anh ta chỉ sử dụng chúng để vẽ nên những bức tranh hấp dẫn khiến khách hàng tiềm năng thích thú và quan tâm.

Một người quảng cáo giỏi biết tận dụng hiệu quả nhiệt huyết của mình trong khi một người kém cỏi sẽ chẳng biết gì về tinh thần nhiệt huyết. Anh ta dùng những câu nói vô vị chỉ đơn thuần mô tả sự việc và xem như đó là lý do để người mua phải mua hàng của mình. Hầu hết mọi người đều không bị tác động bởi lý do mà thay vào đó sẽ bị lay chuyển bởi tình cảm hoặc cảm xúc. Một người thiếu khả năng khơi gợi cảm xúc của chính mình một cách sâu sắc sẽ không thể nào lôi cuốn người khác bởi bản chất tình cảm của mình.

Hãy là một người bán hàng giỏi, khi đó bạn sẽ đạt được hầu hết những gì mình mong muốn.

Paul Harvey là một trong số những nhà bình luận được trả lương cao nhất tại Mỹ. Thu nhập hàng năm của ông trên nửa triệu đô la. Ông thành công nhờ chương trình truyền hình "Page Two, good day", dựa trên khả năng kịch tính hóa những gì mọi người suy nghĩ hoặc những gì mọi người muốn nghĩ đến lẫn khả năng mang

lại cho các bản tin những màu sắc sống động.

Một người bán hàng không biết cách quảng bá sẽ thất bại ngay từ khi chưa bắt đầu. Anh ta phải thể hiện được khả năng quảng bá của mình trong vai trò người bán hàng.

Buổi trình bày của một người bán hàng giỏi tự thân nó sẽ hấp dẫn chẳng khác gì một vở kịch. Hơn thế nữa, nó còn dẫn dắt tình cảm của khách hàng theo một trình tự nhất định hệt như khi ta xem một vở kịch. Một người bán hàng giỏi có thể thay đổi tâm trí của khách hàng từ tiêu cực sang tích cực và anh ta đạt được sự thay đổi đó không phải do sự tình cờ mà là nhờ có kế hoạch đã được sắp đặt cẩn thận. Một người bán hàng giỏi có thể "trung tính hóa" suy nghĩ của khách hàng tiềm năng, bất luận tâm trí của người đó có như thế nào khi anh ta mới gặp, và quan trọng hơn cả là anh ta thừa biết mình không nên cố chạm đến cao trào hoặc đóng thương vụ trừ khi sự thay đổi đó thành công.

Như W. Clement Stone đã nói: "Trong mỗi nghịch cảnh luôn tồn tại một hạt mầm cơ hội". Riêng tôi xin được bổ sung rằng, đôi khi bạn cũng cần phải chăm chỉ đi tìm nó.

Chúng ta sẽ nhanh chóng bàn về các phẩm chất của một người bán hàng chuyên nghiệp cũng như các nguyên tắc nền tảng của nghệ thuật bán hàng. Phần trước của bài giảng này là để chuẩn bị cho tâm trí của người đọc nhanh chóng tiếp thu những nguyên tắc này cũng như để minh họa cho độc giả thấy cách những bậc thầy bán hàng đã vận dụng chúng ra sao.

# Bí quyết 3

# NHỮNG PHẨM CHẤT CẦN CÓ CỦA NGƯỜI BÁN HÀNG TÀI NĂNG

Có rất nhiều yếu tố làm nên một người bán hàng thành công. Phần lớn các yếu tố này có liên quan đến phẩm chất cá nhân của người bán hàng hơn là với các sản phẩm hay dịch vụ anh ta bán hoặc tổ chức mà anh ta đại diện.

Chúng ta sẽ lần lượt khám phá các yếu tố này một cách chi tiết.

Nói đến nguyên tắc này, có hai yếu tố liên quan: thứ nhất là tự phân tích bản thân để xác định sự hiện diện hay vắng mặt của các phẩm chất cần có và thứ hai là nỗ lực tạo nên chúng.

Do hầu hết các đặc điểm tinh thần đều dựa trên nền tảng thể chất, bạn có thể đạt được những phẩm chất mong muốn bằng cách thực hiện hoặc nỗ lực thực hiện những việc sẽ dẫn đến kết quả mong muốn. Khoa học đã chứng minh rộng rãi rằng tình trạng tinh thần cũng nói lên tình trạng thể chất và bản thân các yếu tố hóa học và thể chất đó trong cơ thể sẽ tạo nên cảm xúc, tâm trạng và suy nghĩ mà ngành tâm lý học đã phân loại rõ nét.

Ngay cả suy nghĩ cũng được các nhà khoa học, trong đó có John B. Watson vĩ đại, chứng minh là có liên hệ mật thiết với lời nói. Watson đã tuyên bố rằng trong thực tế, suy nghĩ chính là lời nói nhưng không được nói ra và suy nghĩ là hoạt động thể chất có tổ chức cao.

Chính vì vậy, hãy tự nói với bản thân bạn về những điều mà bạn muốn chúng phát triển trong tư tưởng và tính cách của bạn. Đó là

bước đầu tiên và cũng là một bước rất có ích lợi.

Bước thứ hai cũng tương tự như vậy nhưng là về mặt thể chất: hãy làm những gì bạn thấy muốn làm. Chúng ta học qua trải nghiệm và suy cho cùng thì đó chính là người thầy vĩ đại nhất. Bạn có thể tạo nên thói quen cả về mặt thể chất lẫn tinh thần.

Vậy những điều hết sức cần thiết mà một người bán hàng chuyên nghiệp cần trang bị về mặt tinh thần là gì?

Dưới đây là danh sách những phẩm chất mà bất kỳ một người bình thường nào cũng có thể thực hành và có được. Danh sách này rất dài và để đạt đến sự hoàn hảo, bạn cần có thời gian. Do vậy, trước khi xem xét chi tiết về những điều bạn muốn tâm trí và thể chất mình có thể làm được, thiết nghĩ chúng ta hãy cùng liệt kê chúng ra như sau:

1. Thể dục thể chất có vai trò vô cùng quan trọng vì đơn giản là cả tâm trí lẫn cơ thể không thể nào hoạt động tốt nếu bạn không có sức khỏe tốt. Do vậy hãy chú ý đến những thói quen trong cuộc sống của bạn, chế độ ăn uống thích hợp, tập thể dục lành mạnh và không khí trong lành.

2. Lòng can đảm là điều mà mọi người thành công trong kinh doanh đều phải có, nhất là trong công việc bán hàng trong thời buổi đầy cạnh tranh căng thẳng như hiện nay.

3. Trí tưởng tượng chắc chắn là một điều kiện tất yếu ở người bán hàng thành công. Anh ta phải dự đoán được những tình huống và thậm chí là cả sự phản đối ở khách hàng tiềm năng. Anh ta phải có một trí tưởng tượng sống động có thể giúp bản thân thấu hiểu và đồng cảm với vị trí, nhu cầu và mục tiêu của khách hàng. Anh ta gần như phải đặt mình hoàn toàn vào địa vị của khách hàng. Điều đó đòi hỏi phải có một trí tưởng tượng thật sự.

4. Cách trò chuyện: Giọng điệu nói chuyện của một người bán hàng thành công phải dễ chịu. Giọng the thé sẽ khiến người nghe rất khó chịu. Nói lí nhí trong miệng cũng khiến người nghe khó hiểu. Hãy nói rõ ràng. Một giọng nói quá nhu mì sẽ cho thấy đó là một con người yếu đuối. Một giọng nói chắc chắn, dứt khoát và rõ ràng đi kèm với sự trấn an và sống động thể hiện một người năng nổ đầy nhiệt huyết và tính xông xáo.

5. Làm việc chăm chỉ là điều duy nhất sẽ biến năng lực và những gì bạn được đào tạo thành tiền bạc. Sức khỏe tốt, lòng can đảm và cả trí tưởng tượng sẽ chẳng đáng một xu trừ khi bạn bắt tay vào

hành động và khoản tiền mà một người bán hàng nhận được thường được xác định bởi mức độ làm việc thông minh, chăm chỉ mà anh ta thật sự bỏ ra. Nhiều người đã bỏ qua yếu tố thành công này.

Những nguyên tắc trên rất đơn giản. Chúng không có gì là bất thường, không khả thi hay đáng chú ý ngoại trừ hầu hết người bán hàng đều không sở hữu một hoặc vài trong số năm nguyên tắc cơ bản này.

Một số người bán hàng làm việc rất chăm chỉ, thậm chí là rất thông minh và sử dụng trí tưởng tượng của họ rất tốt cho đến khi liên tiếp bị từ chối và khước từ. Đây chính là lúc mà anh ta "nhằn phải sạn", chùn lưng mỏi gối và cần lòng can đảm trở lại trong tim. Lòng can đảm là rất cần thiết.

Các phẩm chất khác cần có ở một người bán hàng thành công theo nhận định của các nhà quản lý bán hàng kinh nghiệm được đúc kết như sau:

6. Kiến thức về hàng hóa mình bán. Một người bán hàng xuất sắc sẽ phân tích cẩn thận hàng hóa và dịch vụ mình bán và thấu hiểu mọi lợi thế của nó, bởi anh ta biết rằng sẽ không có người bán hàng nào có thể thành công nếu không có kiến thức và niềm tin.

7. Niềm tin ở hàng hóa hoặc dịch vụ mình bán. Người bán hàng xuất sắc không bao giờ bán bất kỳ món hàng nào mà mình không tự tin tuyệt đối vì anh ta biết rằng tâm trí của mình sẽ "loan truyền" sự thiếu tự tin đó đến tâm trí của khách hàng cho dẫu anh ta có nói gì về sản phẩm đó.

8. Hàng hóa thích hợp. Người bán hàng xuất sắc phải phân tích cả nhu cầu của người mua lẫn của bản thân và chỉ bán món gì thích hợp cho cả hai. Anh ta không bao giờ cố bán một chiếc Rolls Royce cho một người phải mua xe Ford, cho dẫu người đó có đủ điều kiện để mua một chiếc xe đắt tiền. Anh ta hiểu rằng một cuộc mặc cả tệ cho người mua cũng sẽ chẳng hay ho cho người bán!

9. Giá trị đích thực. Người bán hàng xuất sắc không bao giờ tìm cách kiếm được nhiều hơn giá trị thật sự của món hàng và nhận ra rằng sự tin tưởng lâu dài của người khách hàng đáng giá hơn "lợi nhuận kếch xù" từ một lần bán.

10. Hiểu biết về khách hàng. Người bán hàng xuất sắc là một nhà phân tích tính cách. Anh ta có khả năng xác định chính xác chín động cơ căn bản của khách mua hàng và xây dựng phần trình bày

của mình xung quanh các động cơ đó. Hơn nữa, đối với những khách hàng không có động cơ mua hàng rõ rệt, người bán hàng xuất sắc sẽ biết cách tạo ra một động cơ cho họ vì biết rằng động cơ là rất cần thiết để "đóng" thương vụ.

11. Đánh giá khách hàng. Người bán hàng xuất sắc sẽ không bao giờ tiếp cận khách hàng nếu chưa "đánh giá" được họ và luôn chuẩn bị tìm hiểu trước những điều sau để thương vụ thành công:

(a) Khả năng tài chính của khách hàng

(b) Nhu cầu của khách hàng đối với món hàng

(c) Động cơ để khách hàng mua hàng

Việc gắng sức bán hàng mà không chịu tìm hiểu về người khách hàng trước là sai lầm đứng đầu trong danh sách các nguyên nhân dẫn đến tình trạng "ế hàng".

12. Khả năng "trung hòa" tâm trí của khách hàng. Một người bán hàng xuất sắc hiểu rằng chỉ có thể bán hàng khi khách hàng đã được "trung hòa" hoặc ở tình trạng đón nhận. Bởi vì anh ta biết rằng mình không thể nào cố gắng "đóng" được một thương vụ nếu chưa "mở" tư tưởng của người mua hàng và lấy đó làm nền tảng để trình bày câu chuyện của mình. Đây chính là điểm mà nhiều người bán hàng thất bại.

13. Khả năng kết thúc thương vụ. Người bán hàng xuất sắc là một nghệ sĩ trong việc đạt đến và vượt qua điểm kết thúc thành công một thương vụ. Anh ta tự rèn cho mình khả năng cảm nhận chính xác thời điểm tâm lý mà mình có thể đạt được những điều kiện kết thúc một cách mỹ mãn. Hiếm khi anh ta hỏi khách hàng có sẵn lòng mua món hàng hay dịch vụ hay không mà thay vào đó sẽ tự phỏng đoán thời điểm khách hàng đã sẵn sàng để có lời nói và thái độ thích hợp. Đây là lúc anh ta sử dụng sức mạnh của lời gợi ý một cách hiệu quả nhất. Một người bán hàng xuất sắc chỉ tìm cách kết thúc thương vụ khi biết rõ đó là thời điểm có thể kết thúc thành công. Anh ta phải thực hiện bài thuyết trình bán hàng sao cho khiến người mua tin rằng mình đã mua xong món hàng.

Những nguyên tắc khác đòi hỏi người bán hàng phải tự cải thiện bản thân hơn là hàng hóa mà anh ta đang bán, một số nguyên tắc đó là:

14. Tính cách vui vẻ. Người bán hàng xuất sắc nắm được nghệ thuật làm cho mình trở nên dễ có thiện cảm trong mắt người mua

vì anh ta biết rằng người mua sẽ cân nhắc đến bản thân người bán lẫn hàng hóa của anh ta.

15. Nghệ thuật quảng cáo. Người bán hàng xuất sắc cũng chính là một chuyên viên quảng cáo! Anh ta có khả năng nắm bắt tư tưởng của khách hàng bằng cách kịch tính hóa và cho thêm "màu sắc sống động" vào câu chuyện bán hàng của mình đủ để khơi dậy sự thích thú và lôi cuốn mãnh liệt đối với trí tưởng tượng của khách hàng.

16. Tự chủ. Người bán hàng xuất sắc sẵn có và luôn rèn luyện khả năng kiểm soát hoàn toàn con tim và cái đầu của mình tại mọi thời điểm vì biết rằng anh ta sẽ không thể kiểm soát được khách hàng nếu không tự kiểm soát được bản thân.

17. Chủ động khởi xướng. Người bán hàng xuất sắc hiểu được giá trị và cách vận dụng nguyên tắc chủ động. Anh ta không bao giờ chờ người khác bảo mình phải làm gì hoặc làm như thế nào. Với trí tưởng tượng phong phú, anh ta luôn nghĩ ra những kế hoạch và sẽ biến chúng thành hành động thông qua sự chủ động của mình. Hầu như anh ta không cần đến sự giám sát của bất cứ ai.

18. Khả năng chịu đựng. Người bán hàng xuất sắc có đầu óc rất cởi mở và có thể chịu đựng mọi đối tượng vì biết rằng để phát triển cần có tính cởi mở.

19. Suy nghĩ chính xác. Một người bán hàng xuất sắc phải biết suy nghĩ! Không chỉ thế, anh ta còn dành thời gian để tìm hiểu về các rắc rối, từ đó thu thập những dữ liệu thực tế làm nền tảng cho việc suy nghĩ chứ không hề phỏng đoán. Anh ta không bao giờ có những quan điểm bất di bất dịch nếu không có cơ sở thực tế.

20. Tính kiên định. Người bán hàng xuất sắc không bao giờ bị ảnh hưởng bởi từ "không" cũng như không chấp nhận cụm từ "không thể được". Với anh ta, mọi thứ đều có thể đạt được. Chữ "không" đối với một người bán hàng giỏi thật ra chỉ là dấu hiệu cho thấy anh ta sẽ bắt đầu phần trình bày của mình với tất cả nhiệt huyết. Anh ta hiểu rằng mọi khách hàng lấy cớ "không" để từ chối là những người có khả năng kháng cự thấp nhất. Chính vì biết rõ điều đó nên anh ta sẽ không để mình bị ảnh hưởng tiêu cực bởi sự kháng cự của khách hàng.

21. Niềm tin. Người bán hàng xuất sắc có niềm tin vào những điều sau đây:

(a) Sản phẩm mà anh ta đang bán

(b) Bản thân anh ta

(c) Khách hàng tiềm năng của anh ta

(d) Việc kết thúc thương vụ

Thêm vào đó, anh ta không bao giờ cố gắng bán hàng mà không có sự trợ giúp của niềm tin vì biết rằng niềm tin mang tính lan truyền và nó sẽ được khách hàng đón nhận. Thiếu niềm tin sẽ không tồn tại nghệ thuật bán hàng xuất sắc! Niềm tin ở đây có thể hiểu là sự tự tin mãnh liệt vào bản thân. Người ta vẫn bảo, chỉ cần có niềm tin bạn sẽ có thể dời non lấp biển và không chỉ thế, nó còn giúp bạn bán hàng thành công.

22. Thói quen quan sát. Người bán hàng xuất sắc là người quan sát kỹ lưỡng từng chi tiết nhỏ. Từng lời nói, nét mặt và cử chỉ của người khách hàng đều được anh ta quan sát và đo lường chính xác. Người bán hàng xuất sắc không chỉ quan sát và phân tích chính xác tất cả những gì khách hàng nói và thể hiện mà còn suy diễn được cả những gì họ không nói ra hay làm. Tóm lại là không gì có thể thoát khỏi sự chú ý của anh ta!

23. Thói quen cung cấp nhiều hơn những gì khách hàng mong đợi. Người bán hàng xuất sắc có thói quen mang lại cho khách hàng nhiều hơn về số lượng và tốt hơn về chất lượng so với những gì khách hàng mong đợi. Nhờ vậy họ thu được lợi nhuận theo luật Hoàn lại Gia tăng cũng như luật Đền bù.

24. Rút kinh nghiệm từ thất bại và sai lầm. Người bán hàng xuất sắc không bao giờ phải chịu cảnh "nỗ lực công cốc". Anh ta rút kinh nghiệm từ những sai lầm của bản thân và cả của người khác nhờ sự quan sát mọi thứ xung quanh. Anh ta cũng hiểu rằng mọi thất bại và sai lầm đều có thể là một hạt mầm của thành công (nếu phân tích kỹ)!

25. Liên minh trí tuệ. Người bán hàng xuất sắc hiểu và áp dụng nguyên tắc "liên minh trí tuệ" để nhân rộng khả năng thành đạt. Nguyên tắc này có nghĩa là "sự phối hợp của hai hay nhiều suy nghĩ riêng lẻ một cách hài hòa để đạt mục đích nhất định".

26. Mục tiêu xác định. Người bán hàng xuất sắc luôn làm việc với một doanh số bán hàng xác định hoặc mục tiêu rõ rệt trong tâm trí. Anh ta không bao giờ bán hàng chỉ để bán hết những gì mình có thể bán. Không chỉ có một mục tiêu rõ rệt trong tâm trí, anh ta còn đề ra một thời hạn nhất định để đạt được mục tiêu đó. Tác dụng tâm lý của một mục tiêu xác định sẽ được mô tả cụ thể trong

chương nói về việc tự kỷ ám thị.

27. Áp dụng Nguyên tắc Vàng. Người bán hàng xuất sắc lấy Nguyên tắc Vàng làm nền tảng cho mọi giao dịch kinh doanh của mình, tự đặt mình "vào địa vị của người khác" và xem xét tình huống dưới quan điểm đó.

Trong số tất cả những phẩm chất mà một người bán hàng cần có, không gì cần thiết và đáng giá hơn phẩm chất dưới đây:

28. Sự nhiệt tình. Người bán hàng xuất sắc luôn sẵn sàng thể hiện sự hăng hái nhiệt tình lớn lao của mình. Hơn thế nữa, anh ta hiểu rằng sức ảnh hưởng của suy nghĩ được thể hiện qua lòng nhiệt tình sẽ được khách hàng đón nhận và thực hiện theo như thể đó chính là suy nghĩ của họ.

Tinh thần nhiệt tình là một điều rất khó giải thích nhưng lại dễ dàng được nhận ra. Ai cũng thích một người năng nổ, nhiệt tình. ơ anh ta toát ra một tinh thần mạnh mẽ, lan tỏa tình bằng hữu, niềm tin sâu sắc và mục đích cao quý. Có lẽ lòng nhiệt tình tỉ lệ thuận với niềm tin sâu sắc của một người vào chính bản thân anh ta, vào nhiệm vụ mà anh ta đang mang và sự tốt đẹp của công việc mà anh ta đang làm.

Sự nhiệt tình cũng giống như ánh nắng bao quanh viên kim cương trong một khay nữ trang, làm tăng thêm màu sắc lấp lánh cho viên kim cương và buộc mọi người phải trầm trồ thán phục. Trong khi đó, sự thiếu vắng tinh thần nhiệt tình cũng giống như thứ ánh sáng mờ đục xung quanh một mảnh thủy tinh cùng kích thước.

Mảnh thủy tinh cũng giống như bài hát không ai muốn hát, trong khi tất cả mọi người đều hăm hở đi tìm kim cương cho dù là lớn hay nhỏ, giàu hay nghèo.

Chính vì vậy mọi người bán hàng cần biết đến câu nói này của Sinai:

"Trong tất cả mọi thứ bạn có được, hãy chọn lòng nhiệt tình."

Vận dụng thành thạo các phẩm chất này trong việc bán hàng sẽ giúp bạn trở thành một người bán hàng xuất sắc. Hãy đọc kỹ danh sách trên và đảm bảo rằng bạn không bỏ sót phẩm chất nào nếu muốn trở thành bậc thầy trong lĩnh vực bán hàng.

Bạn sẽ thấy rằng mình có thể lĩnh hội được mọi phẩm chất này!

Điều này ngược lại với quan niệm sai lầm của một số người cho rằng: "Bán hàng là khả năng bẩm sinh chứ không phải do rèn luyện". Trong thực tế, bán hàng là cả một nghệ thuật và những ai sẵn lòng học hỏi đều có thể đạt được! Một số người được trời phú sẵn tính cách thích hợp nên nhanh chóng nắm được các kỹ năng để trở thành một người bán hàng xuất sắc trong khi số khác phải phát triển những tính cách đó - nhưng họ hoàn toàn là có thể làm được!

# Bí quyết 4

# KHÁM PHÁ 9 ĐỘNG CƠ CĂN BẢN CỦA KHÁCH HÀNG

Khoa học đã liệt kê các nguyên nhân dẫn đến những phản ứng liên quan mà người bình thường sẽ làm.

Phản ứng có thể ở mức độ thấp, mà theo các nhà khoa học gọi là thuần túy thể chất hoặc bị kích thích bởi các nguyên do lý hóa. Bạn có thể khiến một người ra khỏi phòng bằng cách đẩy anh ta ra, đây là trường hợp thuần túy thể chất. Nhiệt độ, môi trường và điều kiện thể chất thoải mái hay kém thoải mái như thức ăn, nước uống sẽ tạo ra các điều kiện hóa học dẫn đến phản ứng nhất định.

Tuy nhiên, ở đây chúng ta sẽ không bàn đến những phản ứng sơ cấp và thuần túy thể chất đó mà chỉ phân loại những nguyên nhân dẫn đến các phản ứng thích hợp theo ba chủ đề dưới đây mà chúng ta cần đề cập trong bí quyết này:

1. Nguyên nhân liên quan đến bản năng

2. Nguyên nhân liên quan đến cảm xúc

3. Nguyên nhân liên quan đến lý trí

Những nguyên nhân khiến mọi người mua quần áo, thực phẩm và nhà ở chủ yếu rơi vào nhóm thứ nhất, mặc dù cũng có liên quan chút ít đến các nhóm còn lại.

Bạn có thể bán tất cả những thứ được mọi người khao khát vì vẻ đẹp trên thế gian này nhờ vào những nguyên nhân thuộc nhóm thứ hai - cảm xúc. Ví dụ như tình yêu, hôn nhân, tín ngưỡng phần lớn đều dựa vào nguyên nhân liên quan đến tình cảm. Nhiều hàng

hóa và dịch vụ bán được là nhờ vào nguyên nhân tình cảm, trong đó có giáo dục, sách vở, kịch nghệ, âm nhạc, mỹ thuật, bảo hiểm, quảng cáo, mỹ phẩm, đồ chơi và những thứ hàng xa xỉ.

Các khoản đầu tư, tiết kiệm, máy móc gia dụng, máy móc doanh nghiệp và công trình khoa học thường được bán dựa trên nguyên nhân liên quan đến lý trí.

Có 9 động cơ căn bản khiến mọi người hưởng ứng và họ sẽ bị ảnh hưởng bởi một hay nhiều động cơ này trong suy nghĩ và hành động thực tế. Khi đánh giá khách hàng tiềm năng, trước tiên người bán hàng xuất sắc phải tìm kiếm động cơ lý trí nhất mà anh ta có thể ảnh hưởng đến tâm trí khách hàng.

9 động cơ căn bản bao gồm:

1. Động cơ tự vệ

2. Động cơ gia tăng tài chính

3. Động cơ tình yêu

4. Động cơ về nhu cầu tình dục

5. Động cơ khát khao quyền lực và danh tiếng

6. Động cơ sợ hãi

7. Động cơ trả thù

8. Động cơ tự do (về tinh thần và thể chất)

9. Động cơ khát khao xây dựng và sáng tạo trong tư tưởng và trong vật chất

Những động cơ trên được liệt kê theo trình tự quan trọng tương đối của chúng.

Người bán hàng xuất sắc phải kiểm tra lại bài thuyết trình bán hàng của mình dựa trên 9 động cơ căn bản trên để đảm bảo rằng những gì mình nói ra thể hiện được càng nhiều các động cơ này càng tốt. Anh ta biết rằng nội dung bán hàng sẽ hiệu quả hơn nếu nó được dựa trên ít nhất là một động cơ.

Không người bán hàng nào có thể thành công trừ khi anh ta thể hiện được qua phần trình bày đầy cam go của mình một động cơ hợp lý để khách hàng phải mua món hàng đó, và không một

người bán hàng xuất sắc nào cố bán cho được hàng nếu không có động cơ hợp lý ấy. Nghệ thuật bán hàng chuyên nghiệp đòi hỏi một phong cách bán hàng chuyên nghiệp, nếu không sẽ cho thấy trước sự thất bại vì thiếu động cơ mua hàng hợp lý. Thực tế cho thấy những phương thức bán hàng đầy áp lực là bằng chứng cho thấy người bán hàng không hề có động cơ hợp lý để trình bày với khách hàng, để chỉ ra cho họ thấy vì sao họ phải mua món hàng đó.

Những người bán hàng theo phương thức áp lực cao thường lệ thuộc vào dạng thức so sánh bậc nhất thay cho động cơ mua hàng, ví dụ như "đây là sản phẩm tốt nhất trên thị trường". Đây là hình thức tấn công mà người bán hàng xuất sắc không bao giờ dùng đến.

Nếu kế hoạch bán hàng của bạn không nhấn mạnh vào bất kỳ động cơ nào trong số 9 động cơ trên nghĩa là nó không có cơ sở mạnh mẽ và bạn nên điều chỉnh lại. Một cuộc phân tích kỹ lưỡng ở hơn 30.000 người bán hàng đã cho thấy một thực tế rằng khoảng 98% điểm yếu được tìm thấy nằm trong danh sách dưới đây:

**Điểm yếu kỹ thuật**

1. Thất bại trong việc trình bày động cơ mua hàng

2. Thiếu sự kiên định trong bài thuyết trình bán hàng và "đóng" thương vụ

3. Thất bại trong việc đánh giá khách hàng

4. Thất bại trong việc trung hòa tư tưởng của khách hàng

5. Thiếu sự tưởng tượng

6. Thiếu sự nhiệt tình

Đây là những thiếu sót thường gặp ở hầu hết các người bán hàng trong mọi lĩnh vực. Chỉ cần một trong các thiếu sót này đã đủ sức phá hủy cơ hội bán hàng của bạn.

Nếu quan sát kỹ, bạn sẽ thấy "thất bại trong việc trình bày động cơ mua hàng" nằm đầu danh sách liệt kê 6 điểm yếu phổ biến ở nhân viên bán hàng. Đó là do sự thiếu quan tâm hoặc thiếu hiểu biết về kỹ thuật bán hàng.

Những điểm yếu chính trong tính cách và thói quen của người bán hàng

Thành công trong việc bán hàng là kết quả của việc sở hữu và vận dụng những phẩm chất tích cực. Trong khi đó, thất bại trong việc bán hàng là kết quả của những tính cách tiêu cực mà chúng ta phải loại bỏ đi, trong số đó có những tính cách nổi bật như sau:

1. Thói quen chần chừ. Không gì có thể thay cho một hành động kiên định và nhanh chóng.

2. Có ít nhất là một trong 6 nỗi sợ. Một người có bất kỳ nỗi

sợ hãi nào dưới đây sẽ không thể bán hàng thành công. 6 nỗi sợ hãi bao gồm:

(a) Sợ nghèo khổ

(b) Sợ bị chỉ trích

(c) Sợ ốm đau

(d) Sợ đánh mất tình yêu của ai đó

(e) Sợ tuổi già

(f) Sợ chết

Và có lẽ ở đây ta cũng cần bổ sung thêm một nỗi sợ cơ bản nữa, đó là sợ chính người khách hàng tiềm năng.

3. Dành quá nhiều thời gian để "gọi" thay vì bán hàng.

Một "cuộc gọi" không phải là một buổi phỏng vấn. Một buổi phỏng vấn không phải là một vụ bán hàng. Có những người tự nhận là nhân viên bán hàng nhưng không chịu học lấy sự thật này.

4. Chuyển trách nhiệm cho quản lý bán hàng. Người quản lý bán hàng không có nhiệm vụ phải đi kèm nhân viên bán hàng trong việc gọi điện. Họ không có đủ thời giờ và chân tay để làm việc này. Nhiệm vụ của họ là bảo người bán hàng những gì cần làm chứ không phải là làm thay cho anh ta!

5. Giỏi biện minh. Sự giải thích thật ra không hề giải thích được điều gì cả. Nhưng những đơn hàng thì có! Ngoài ra không điều gì có thể làm được điều đó cả, bạn đừng quên điều ấy!

6. Dành quá nhiều thời gian ở quán cà phê. Quán cà phê là nơi để "dừng chân" nhưng người bán hàng nào dừng chân ở đó quá lâu thì chẳng sớm thì muộn ắt hẳn sẽ nhận được thư sa thải.

7. Buôn chuyện thay vì bán hàng. Mọi người vẫn hay than thở về chuyện "sụt giá đồng tiền", nhưng đừng để người mua dùng nó để dứt bạn ra khỏi câu chuyện của bạn.

8. Uống "thả giàn" vào đêm trước đó. Tiệc tùng lúc nào cũng thú vị nhưng không hề có lợi cho ngày làm việc sau đó.

9. Phụ thuộc vào người quản lý bán hàng về "những triển vọng". Những người nhận đơn hàng mong muốn khách hàng tiềm năng "bó gối" và bị ràng buộc cho đến khi họ xuất hiện. Trong khi đó, người bán hàng chuyên nghiệp lại thả cho mọi thứ tự do. Đây chính là một trong những lý do chính giải thích vì sao họ là những Người Bán hàng Chuyên nghiệp.

10. Đợi thời cơ buôn bán để đón bắt. Cơ hội kinh doanh không tự xuất hiện trước một ai, cũng như đơn hàng không tự chui vào khe cửa của người bán hàng!

11. Nghe từ "không". Đối với một người bán hàng thực thụ, từ này chỉ là một dấu hiệu cho thấy họ phải bắt đầu chiến đấu. Nếu mọi khách hàng đều nói "đồng ý" thì nhân viên bán hàng sẽ không còn việc gì để làm vì chẳng ai cần đến họ nữa.

12. Sợ cạnh tranh. Hãng xe Ford có rất nhiều đối thủ cạnh tranh nhưng họ không hề lo ngại. Đó là vì họ có lòng dũng cảm và khả năng tạo ra dòng xe hơi nhỏ nhắn với giá rẻ bất ngờ trong suốt thời gian nhiều hãng xe hơi khác không muốn cạnh tranh với những chiếc xe hơi loại nhỏ do nước ngoài sản xuất.

13. Dành quá nhiều thời gian cho việc kinh doanh "đẻ trứng vàng". Bạn hãy nhớ rằng loại gà duy nhất đẻ trứng là loại có lông vũ và sống ở nông trại chứ không phải ở những nơi hào nhoáng.

14. Đọc báo cáo chứng khoán. Hãy để những "chàng khờ" cắn câu miếng mồi đó. Bạn đủ khôn ngoan để lẩn tránh "móc câu" như một trong số mười ngàn người chơi chứng khoán thỉnh thoảng vẫn làm.

15. Bi quan yếm thế. Thói quen mong đợi khách hàng tiềm năng tự mở cửa thường sẽ dẫn bạn đến sự thất vọng và dần dần rơi vào bi quan yếm thế. Cuộc sống có một cách thức đáng ngờ để có niềm vui, đó là mong đợi.

Đây không phải là một danh sách trọn vẹn "Những điều nhân viên bán hàng không nên làm" mà chỉ là một vài ví dụ. Có thể có người sẽ bảo rằng danh sách này mang tính quá cá nhân và khiếm nhã, trong khi người khác có thể thấy nó đầy vẻ châm biếm. Bạn hãy nhớ rằng, danh sách này chỉ dành cho những ai gặp vấn đề trong việc bán hàng mà thôi. Nếu bạn không biết liệu mình có mắc các điểm yếu nêu trên hay không, hãy lấy can đảm ngồi lại kiểm tra danh sách này với người quản lý bán hàng của mình và trước hết đừng quên đề nghị họ hãy hết sức thành thực với bạn!

Danh sách "Những điều không nên làm" này không hề do chúng tôi tự soạn mà là kết quả nghiên cứu ở hơn 300.000 nhân viên bán hàng mà chúng tôi có hân hạnh huấn luyện.

# Bí quyết 5

# "TỰ KỶ ÁM THỊ", BƯỚC ĐẦU TIÊN CỦA NGHỆ THUẬT BÁN HÀNG

Mọi người bán hàng xuất sắc đều biết rằng khách hàng đầu tiên của một thương vụ chính là bản thân anh ta, và anh ta càng thuyết phục được bản thân bao nhiêu mức độ hài lòng của khách hàng tiềm năng sẽ càng lớn bấy nhiêu.

Do việc bán hàng cho bản thân có tầm quan trọng đến như thế, chủ đề tự kỷ ám thị cũng đóng một vai trò quan trọng trong việc giảng dạy nghệ thuật bán hàng. Đây là nguyên tắc mà thông qua đó người bán hàng sẽ có niềm tin mạnh mẽ vào khả năng bán hàng của bản thân cũng như loại hàng hóa dịch vụ mà anh ta đang bán.

Tự kỷ ám thị nghĩa là tự đề nghị cho bản thân. Đây là nguyên tắc để một người truyền đến tiềm thức của mình bất kỳ ý tưởng, kế hoạch, khái niệm hoặc niềm tin nào đó. Tiềm thức là "trạm phát sóng" sẽ tự nguyện "truyền tải" suy nghĩ và niềm tin (hoặc nghi ngờ) của một người đến người khác. Người bán hàng xuất sắc hiểu rằng anh ta phải "giáo huấn" tiềm thức của mình để phát ra niềm tin mà anh cần cung cấp cho khách hàng để bán hàng.

Việc lặp đi lặp lại một đề nghị cho tiềm thức của một người là cách tốt nhất để "giáo huấn" nó chỉ phát đi những suy nghĩ nào có lợi mà thôi. Tiềm thức đó không bị ảnh hưởng bởi bất cứ lời đề nghị nào ngoại trừ chúng pha lẫn với tình cảm hay cảm xúc. Cái đầu, hay khả năng lý trí lạnh lùng, không hề có ảnh hưởng đến tiềm thức. Nó chỉ đáp lại những xung động của suy nghĩ đã pha trộn với cảm xúc. Tiềm thức bị ảnh hưởng bởi những điều tiêu cực

cũng nhanh chẳng kém những điều tích cực. Những người bán hàng xuất sắc không bao giờ xem thường điều này và đó chính là một trong những lý do khiến họ là người bán hàng xuất sắc!

**Bảy cảm xúc tích cực chính yếu**

1. Tình dục (được đặt lên đầu danh sách vì nó là cảm xúc quyền lực nhất)

2. Tình yêu

3. Hy vọng

4. Tin cậy

5. Nhiệt huyết

6. Lạc quan

7. Trung thành

Cảm xúc chính là yếu tố kiểm soát cả thế giới này.

Hầu hết các hoạt động của chúng ta từ khi sinh ra cho đến lúc chết đi đều bắt nguồn từ "cảm xúc". Người bán hàng nào lôi cuốn khách hàng thông qua cảm xúc sẽ có doanh số gấp mười lần người chỉ thuyết phục khách hàng qua con đường lý trí. Thông thường người ta mua hàng là vì một số động cơ gắn liền với những cảm xúc.

Trong danh sách bảy cảm xúc tích cực chính yếu nói trên, người bán hàng xuất sắc sẽ tìm thấy "viên tiên đơn" để gieo trồng vào tiềm thức của chính mình nếu muốn truyền đến khách hàng những xung động tạo nên thiện cảm của họ.

**Bảy cảm xúc tiêu cực chính yếu**

1. Giận dữ (ngắn ngủi và chớp nhoáng)

2. Sợ hãi (nổi bật và rõ nét)

3. Tham lam (tinh vi và dai dẳng)

4. Ghen tỵ (thôi thúc và không liên tục)

5. Thù hằn (tinh vi và lặng lẽ)

6. Căm ghét (tinh vi và dai dẳng)

7. Mê tín (tinh vi và chậm chạp)

Chỉ cần một trong các cảm xúc tiêu cực trên tồn tại trong tiềm thức là đã đủ cản trở sự xuất hiện của mọi cảm xúc tích cực.

Trong những trường hợp nghiêm trọng, sự kết hợp giữa các cảm xúc này trong ý thức có thể dẫn đến tình trạng điên loạn.

Khi tiềm thức đã tồn tại một hay nhiều cảm xúc tiêu cực, bất kỳ đề nghị nào nảy sinh trong tâm trí cũng mang màu sắc của bản chất tiêu cực và khi tiềm thức "truyền tải" lời đề nghị đó đến khách hàng, nó sẽ để lại kết quả tiêu cực trong tâm trí của người "nhận" rung động đó.

Hiểu được nguyên tắc này, bạn sẽ biết vì sao một người bán hàng xuất sắc trước khi muốn bán hàng cho người khác phải tự bán cho bản thân mình và vì sao một người bán hàng có đầu óc tiêu cực thường xuyên bị khách hàng từ chối. Cảm xúc, niềm tin và suy nghĩ mà người mua tiếp nhận từ người bán hàng thông qua tiềm thức của anh ta có sức mạnh hơn cả lời nói. Bạn cần nhớ rằng chúng ta bị thôi thúc mua hàng hay từ chối là do cảm nhận. Và cũng nên nhớ rằng những gì mà họ tin là "cảm nhận" của chính mình thật ra là bao gồm cả những xung động mà họ tiếp thu được một cách vô thức từ những xung động do tâm trí người bán hàng phát ra.

Người bán hàng xuất sắc sẽ không bao giờ cho phép tiềm thức của mình "phát đi" những suy nghĩ tiêu cực hay giải thích chúng bằng lời nói, bởi anh ta hiểu rằng "ngưu tầm ngưu, mã tầm mã", những đề nghị tiêu cực sẽ dẫn đến các hành động và quyết định tiêu cực ở người khách hàng tiềm năng.

Một người bán hàng phải biết "hạ gục" bất cứ điều gì hay bất cứ ai có thể hủy hoại lợi thế của mình thông qua đề nghị tích cực. Chỉ cần một tình cảm tiêu cực xuất hiện trong tâm trí thôi cũng đủ lôi kéo cả nhóm tình cảm tiêu cực khác. Hiểu rõ điều đó nên người bán hàng xuất sắc sẽ không bao giờ gieo rắc những suy nghĩ tiêu cực trong tâm trí khách hàng.

Không một doanh nghiệp được quản lý chặt chẽ nào lại cho phép các nhân viên bán hàng của mình tìm kiếm khách hàng bằng cách hạ gục các đối thủ. Những người quản lý bán hàng có đủ thông minh để biết rằng các thương vụ có được do làm giảm giá trị của đối thủ hay hàng hóa của đối thủ không phải là các thương vụ

thật sự và việc kinh doanh có được bằng cách này về lâu dài chỉ là một gánh nợ.

Bất kỳ bài diễn văn chính trị nào, về nguyên tắc, cũng là một ví dụ tốt về nghệ thuật bán hàng này.

Một nhà triết học thông thái từng nói rằng: "Trước khi phá hủy, các vị thần sẽ nổi cơn thịnh nộ". Giận dữ là một cảm xúc tiêu cực. Nghệ thuật bán hàng khi kết hợp với cơn thịnh nộ là không hay chút nào, cho dẫu cơn thịnh nộ đó có nguyên do hay không. Trong khi đó, sự im lặng lại tỏ ra hiệu quả hơn những lời nói đi kèm với cơn thịnh nộ.

Sự mỉa mai, chỉ trích và suy nghĩ tiêu cực qua lời nói bóng gió có thể khiến người bán hàng bị mang tiếng là khiếm nhã và cũng không làm tăng doanh số của anh ta được. Tóm lại, những lời nói mang bản chất tiêu cực sẽ dần kết liễu sự nghiệp bán hàng của bạn.

Những câu nói tiêu cực trong việc bán hàng không chỉ tạo nên sự oán giận trong lòng khách hàng tiềm năng mà còn kích thích tiềm thức của người bán hàng, khiến anh ta chỉ tuôn ra những xung động tiêu cực gây thiệt hại đến bản thân.

Chưa bao giờ, trong lịch sử thế giới, lại có nhiều cơ hội như hiện nay cho những ai sẵn lòng phục vụ trước khi thu lợi!

# Bí quyết 6
# TẬP TRUNG

Tập trung được định nghĩa là "thói quen gieo trong tư tưởng một mục tiêu, hay mục đích xác định và không ngừng hình dung nó cho đến khi tạo ra cách thức hoặc phương tiện để thực hiện nó". Tập trung là dồn tất cả sự chú ý, quan tâm và khao khát vào việc đạt được một kết thúc rõ ràng. Những yếu tố đó cho thấy tập trung là điều không thể thiếu trong việc vận dụng nguyên tắc Liên minh trí tuệ, và hai nguyên tắc này không thể tách rời nhau khi muốn đạt đến những kết quả thực tiễn với sự tham gia từ hai người trở lên.

Tự kỷ ám thị là nguyên tắc có thể ảnh hưởng đến tiềm thức còn Tập trung là nguyên tắc đòi hỏi phải vận dụng Tự kỷ ám thị.

Cùng với Liên minh trí tuệ, hai nguyên tắc này tạo thành bộ 3 nguyên tắc chính yếu của nghệ thuật bán hàng chuyên nghiệp.

Nguyên tắc Tập trung trong nghệ thuật bán hàng là đặt trong ý thức một mục tiêu chính, ý tưởng, kế hoạch hay mục đích xác định và không ngừng tập trung vào đó bằng ý thức.

Nguyên tắc Tập trung là phương tiện để bạn vượt qua sự chần chừ, lưỡng lự. Đây cũng là nguyên tắc nền tảng để đánh giá mức độ tự tin và tự chủ.

Mục đích của việc tập trung vào một mục tiêu xác định là nhằm để rèn luyện cho tâm trí hình thành thói quen tập trung vào mục tiêu đó. Nhờ tập trung và chú ý vào một mục tiêu rõ rệt, thói quen này sẽ ảnh hưởng đến mục tiêu và chuyển nó thành bản sao thực thể thông qua những phương tiện trực tiếp và thực tế nhất có được. Thật lòng mà nói, mọi mục tiêu mà tôi từng vẽ ra trong tâm trí của mình đều đã thành hiện thực.

Có một điều mà bạn cần nhớ khi thực hiện triết lý này là: tư tưởng của bạn thì ở tương lai, trong khi cơ thể của bạn chờ đuổi theo. Một lần tôi nói chuyện về chiếc xe Rolls Royce của tôi, một số bạn bè của tôi không hiểu là tôi đã mua một chiếc Rolls Royce trong tư tưởng của mình nhưng mãi vài tháng sau tôi mới thật sự mua nó.

Tất cả chúng ta ai cũng tận dụng lợi ích của nguyên tắc Tập trung trong cuộc sống, cho dù chúng ta có nhận ra điều đó hay không. Một người lúc nào trong ý thức cũng nuôi những suy nghĩ tiêu cực như sợ hãi, nghèo đói, bệnh tật và khó chịu thì khi áp dụng nguyên tắc Tập trung, chẳng sớm thì muộn tiềm thức của anh ta sẽ đón nhận những lời đề nghị này và tác động lên chúng rồi chuyển hóa chúng thành những bản sao trong thực tế.

**Hướng dẫn áp dụng nguyên tắc Tập trung**

1. Nắm vững và áp dụng các nguyên tắc được mô tả trong phần Tự kỷ ám thị bằng cách tuân thủ những thói quen ra lệnh cho tiềm thức của bạn, kết hợp chúng với một hoặc nhiều cảm xúc tích cực và không ngừng lặp lại các mệnh lệnh đó. Giữ nguyên quy trình đó cho đến khi đạt được những kết quả như ý và nhớ rằng bạn phải luôn cảnh giác nếu muốn đạt được điều đó.

2. Rũ bỏ mọi suy nghĩ tiêu cực trong ý thức của bạn. Sau khi thực hành ít lâu, bạn sẽ có thể tập trung toàn bộ tâm trí của mình vào mục tiêu mong muốn. Hướng mọi suy nghĩ vào một chủ đề và giữ cho tư tưởng của mình luôn nghĩ đến chủ đề đó chính là sự tập trung.

3. Tập trung mọi suy nghĩ của bạn vào mục tiêu với một khát khao cháy bỏng để đạt được nó. Khi tập trung vào Mục tiêu Chính yếu Xác định của mình, hãy tin tưởng tuyệt đối là bạn sẽ biến chúng thành hiện thực.

4. Khi ý nghĩ của bạn bắt đầu đi lang thang, hãy lôi nó trở lại vấn đề cần tập trung và không ngừng lặp lại điều đó cho đến khi bạn có khả năng tự chủ hoàn toàn đến mức có thể loại bỏ mọi suy nghĩ khác. Hãy kết hợp cảm xúc hoặc "cảm nhận" với các suy nghĩ khi bạn tập trung, nếu không tiềm thức sẽ không nhận ra chúng.

5. Bạn có thể áp dụng nguyên tắc Tập trung trong một môi trường yên tĩnh không bị chi phối bởi tiếng ồn hay sự lôi cuốn nào khác. Thời điểm tốt nhất để bạn tập trung là vào lúc ban đêm, khi bạn nghỉ ngơi sau một ngày dài bởi đây là lúc bạn ít bị chi phối nhất.

6. Bạn có thể đánh thức và tác động đến tiềm thức tốt nhất vào lúc

bạn tập trung vào một ý tưởng, kế hoạch hay mục đích nào đó trong ý thức với tinh thần nhiệt huyết cao độ, bởi sự nhiệt huyết sẽ khơi dậy trí tưởng tượng và khiến bạn bắt tay vào hành động.

Bất kỳ ý tưởng, kế hoạch hay mục tiêu cụ thể nào mà bạn kiên trì gửi đến tiềm thức thông qua việc tập trung như đã mô tả ở trên đều sẽ mang đến cho bạn một sự trợ giúp từ nguồn trí tuệ vô biên, cho đến khi các kế hoạch thực hiện cụ thể lóe lên trong tâm trí bạn suốt thời gian tập trung.

Khi lần đầu tiên bắt đầu thực hành tập trung, có thể bạn không trải nghiệm được cảm giác mình đang kết nối với một nguồn trí tuệ siêu đẳng, nhưng một khi đã tạo được thói quen tập trung đều đặn, bạn sẽ cảm nhận rõ có một nguồn trí tuệ siêu đẳng đang ảnh hưởng đến bạn.

Có một thực tế mà ai cũng biết là "nhất nghệ tinh nhất thân vinh" và những người có nhiều tài vặt hiếm khi có được thành công lớn. Cuộc sống rất phức tạp và có rất nhiều thứ làm tiêu tán năng lượng của chúng ta một cách vô ích, do vậy những người thành đạt phải tạo thói quen nỗ lực tập trung và tuân thủ nguyên tắc đó.

Sức mạnh được xác định dựa trên năng lượng có tổ chức. Và bạn chỉ có thể tổ chức sắp xếp năng lượng thông qua nguyên tắc Tập trung. Có những điều quan trọng mà bạn cần chú ý đến, đó là tất cả những người thành đạt trong mọi lĩnh vực đều là những người tập trung phần lớn suy nghĩ và nỗ lực bản thân vào một mục đích hay mục tiêu chính rõ ràng nào đó.

Phân tích nguyên tắc Liên minh trí tuệ sẽ giúp bạn thấy rằng khi hai hoặc nhiều hơn hai người kết hợp hài hòa hướng tới việc đạt được một mục tiêu rõ rệt nào đó tức là họ đã nỗ lực một cách tập trung khi vận hành mọi việc.

Theo nghiên cứu ở hơn 75.000 nam giới lẫn phụ nữ được cho là thất bại trong cuộc sống, tôi quan sát thấy không có ai trong số này có thói quen tập trung vào mục tiêu chính của mình thông qua nguyên tắc Tập trung.

Tại thời điểm này hay thời điểm khác, gần như tất cả chúng ta đều có một mục tiêu chính cụ thể nào đó. Tuy vậy, 95% trong chúng ta lại không nỗ lực để biến chúng thành hiện thực bởi chúng ta chưa được học nghệ thuật tập trung vào mục tiêu trong một thời gian đủ dài để cố định mục tiêu đó trong tiềm thức. Phần lớn mọi người nghĩ đến mục tiêu đó như là một ước ao hơn là một ý định

rõ ràng, xác định cụ thể và đầy quyết tâm thực hiện.

Nếu bạn chỉ đơn thuần nghĩ đến mục tiêu thôi thì cũng không được lợi gì. Để làm cho mục tiêu đó có giá trị lâu dài, bạn phải cố định nó trong tâm trí thông qua nguyên tắc Tập trung.

Sự tập trung giúp phát huy sức mạnh của sự kiên định và cho phép một người có thể vượt qua mọi hình thức thất bại tạm thời. Phần đông chúng ta không phân biệt được thất bại tạm thời và vĩnh viễn vì thiếu sự kiên định cần thiết để trở lại cuộc chơi sau khi trải qua thất bại tạm thời. Sự kiên định thật ra chính là nỗ lực có tập trung đi kèm với quyết tâm và niềm tin.

Chúng ta có những thói quen về tinh thần và thể chất, cả hai đều tuân theo sự điều khiển và phương tiện để điều khiển chính là sự tập trung. Tinh thần cũng như thể chất đều chịu ảnh hưởng của thói quen. Nhờ tập trung mà chúng ta có thể buộc tâm trí nghĩ đến chủ đề mình mong muốn cho đến khi tâm trí có thói quen nghiền ngẫm về vấn đề đó và trở thành một thói quen.

Hãy tập trung tư tưởng của bạn vào một mục tiêu cụ thể, áp dụng nguyên tắc Tập trung, chẳng mấy chốc tiềm thức của bạn sẽ nhận ra một bức tranh rõ nét về mục tiêu đó và giúp bạn biến nó thành hiện thực.

Không lâu trước khi qua đời, Napoleon Hill có đến thăm F. W. Woolworth. Ông Woolworth đã nói như sau khi mô tả lại phương pháp mà ông đã áp dụng để xây tòa nhà cao nhất thế giới thời bấy giờ:

"Tôi nhờ một kiến trúc sư vẽ các bản thiết kế. Hàng ngày trong vòng sáu tháng tôi đều vào văn phòng riêng của mình, đóng cửa lại và ngắm nghía các bản vẽ đó trong vòng nửa giờ. Mỗi lần ngắm chúng, tôi cảm thấy dường như tòa nhà thực tế càng gần trở thành hiện thực hơn. Cuối cùng đến một ngày nọ, phương thức tài chính để xây dựng tòa nhà Woolworth bỗng lóe lên trong trí tôi và tôi biết ngay công trình này sẽ trở thành hiện thực. Kể từ giây phút đó tôi không còn gặp bất cứ khó khăn nào nữa."

Tòa nhà Woolworth đã trở thành hiện thực vì F. W. Woolworth đã tập trung vào nó cho đến khi những suy nghĩ tập trung ấy biến nó thành hiện thực.

Trong tác phẩm The Christian Science Monitor, ông Willis J. Abbott nói rằng:

"Cách đây không lâu tôi đang đứng ở phòng thí nghiệm Menlo Park nguyên thủy của Edison vốn đã được xây dựng lại trong bảo tàng Henry Ford ở Dearborn, Michigan với lòng tôn kính thiêng liêng đối với nhà phát minh vĩ đại này. Mọi công cụ mà Edison từng sử dụng đều có mặt ở đây - bóng đèn điện đầu tiên (sáng được 8 tiếng đồng hồ), máy hát đĩa đầu tiên có cây kim chạy trên lá thiếc dùng để thu và phát ra bản sao the thé của tiếng người. Hàng ngàn lọ hóa chất xếp hàng trên tường. 'Ông Edison cứ phải có tất cả hóa chất quen thuộc trong tầm tay của mình', người trông nom bảo tàng đã từng làm việc với ông ấy nửa thế kỷ trước bảo như thế.

Nhưng điều thú vị với tôi không phải là những vật dụng còn lại đó mà là một bức hình mà người trông nom đưa cho tôi xem mà không biết rằng nó ấn tượng đến thế nào: 'Thường khi ông Henry Ford tới đây đều kéo cái ghế kia ra và ngồi suy nghĩ. Có khi ông ấy ngồi yên lặng đến cả tiếng đồng hồ rồi ra đi mà không nói với ai một lời nào'.

'Thế con người vĩ đại của tổ chức công nghiệp ấy nghĩ gì khi ngồi đây giữa những di vật tượng trưng cho thành tựu của một tài năng phi thường như Edison?' 'Suy nghĩ,' người trông nom bảo tàng trả lời, 'là công việc khó nhất mà một người có thể làm được. Có lẽ vì thế mà ông ấy cảm thấy dễ suy nghĩ đến các vấn đề của bản thân hơn ở một nơi đã từng chứng kiến giải pháp của bao người khác'. Dù vậy, cảnh tượng Henry Ford chìm đắm trong thiền định giữa bằng chứng của thành công lẫn khó khăn của Edison vẫn là một điều thách thức suy nghĩ của chúng ta."

# Bí quyết 7
# TIÊN PHONG VÀ LÃNH ĐẠO

Tiên phong nghĩa là tự giác làm mà không đợi người khác phải yêu cầu, nghĩa là bạn tự chọn lấy Mục tiêu rõ rệt cũng như kế hoạch để đạt được mục tiêu đó.

Một trong những ứng dụng có lợi nhất của điều này chính là trong việc chọn lựa nhóm Liên minh trí tuệ. Nếu bạn sử dụng đến sự đánh giá trong việc chọn lựa nhóm, Liên minh trí tuệ sẽ mang lại cho bạn sức mạnh lãnh đạo.

**Các phẩm chất chính của sự tiên phong và lãnh đạo**

Để vận dụng tính tiên phong và lãnh đạo, cần có một số bước thiết yếu. Sau đây là những bước quan trọng nhất:

1. Biết rõ điều bạn muốn.

2. Xây dựng kế hoạch thực tế hoặc những kế hoạch để đạt được điều mà bạn muốn, tận dụng lời khuyên và tư vấn của nhóm Liên minh trí tuệ.

3. Tạo ra chung quanh bạn một tổ chức bao gồm những người có kiến thức và kinh nghiệm cần thiết để thực hiện Mục tiêu Cụ thể đó.

4. Có đủ niềm tin vào bản thân và những kế hoạch đến mức thấy được cả kết quả thực tế trước khi bắt tay vào thực hiện.

5. Không nản lòng cho dù có gặp bất cứ trở ngại nào. Nếu

kế hoạch của bạn thất bại, hãy thay nó bằng các kế hoạch

khác cho đến khi tìm được cái hiệu quả.

6. Không phỏng đoán mà hãy tìm các dữ kiện để làm cơ sở cho các kế hoạch của bạn.

7. Không để người khác tác động mà từ bỏ mục tiêu và kế hoạch của bạn.

8. Không giới hạn thời gian làm việc. Người lãnh đạo phải cống hiến vì nhiệm vụ, cho dẫu có cần đến bao nhiêu thời gian.

9. Mỗi lúc chỉ tập trung vào một việc để không làm tiêu tán suy nghĩ và năng lượng.

10. Bất cứ khi nào có thể, hãy giao cho người khác đảm nhận phần chi tiết nhưng phải có một hệ thống kiểm tra các nhân viên để xem mọi việc có được thực hiện chính xác hay không. Lúc nào cũng sẵn sàng chịu trách nhiệm về việc thực hiện kế hoạch và ghi nhớ rằng nếu nhân viên cấp dưới thất bại thì chính bạn cũng là người thất bại.

Bền chí là điểm cốt lõi để thành công của mọi nhà lãnh đạo vĩ đại. Nếu chỉ mới gặp nghịch cảnh đầu tiên mà bạn đã nản lòng thì bạn sẽ không bao giờ trở thành nhà lãnh đạo vĩ đại. Lãnh đạo nghĩa là khả năng đảm nhận trách nhiệm lớn lao. Nếu bạn không bền chí, hãy đảm bảo là một thành viên nào đó trong nhóm Liên minh trí tuệ của bạn có phẩm chất này.

Một người lãnh đạo giỏi không bao giờ để mình bị đắm chìm bởi các chi tiết nhỏ. Một trong những phẩm chất nổi bật của một nhà lãnh đạo là khả năng tổ chức các kế hoạch sao cho anh ta có thời gian để đặt trọng tâm nỗ lực của mình vào những việc cần thiết nhất. Tôi đã gặp và phỏng vấn rất nhiều nhà lãnh đạo công nghiệp giỏi ở Hoa Kỳ. Họ không hề vội vã trong công việc chỉ đơn giản là vì họ đã giao trọng trách đảm nhiệm chi tiết cho người khác hết rồi.

Một người hay khoe mình có thói quen tự kiểm tra từng chi tiết một trong công việc thì anh ta không phải là một nhà lãnh đạo có năng lực hoặc anh ta đang đứng đầu một doanh nghiệp nhỏ. Câu nói "Tôi không có thời gian" được xem là câu nói nguy hiểm nhất. Bất kỳ ai thừa nhận điều đó đều là người thiếu năng lực của một nhà lãnh đạo. Một người lãnh đạo thật sự luôn có thời gian cho mọi việc cần thiết. Lý do của 95% sự thất bại trên thế giới này để biện minh cho việc họ không lựa chọn được một Mục tiêu Chính yếu trong cuộc đời là "Tôi không có thời gian để mắt đến chuyện đó". Người lãnh đạo hiệu quả không nhất thiết phải là người bận

rộn nhất mà là người có thể sắp xếp các kế hoạch sao cho anh ta có thể chỉ đạo hiệu quả và khiến mọi người luôn bận rộn. Một người có thể "khiến công việc hoàn thành" có lợi cho doanh nghiệp nhiều hơn là người tự tay làm lấy mọi việc.

Nhà lãnh đạo hiệu quả cũng là một người bán hàng hiệu quả. Anh ta khiến mọi người làm việc vì họ muốn làm cho anh ta. Người lãnh đạo hiệu quả có tính cách dễ chịu. Anh ta lạc quan và hăng hái, đồng thời biết cách chuyển tải tinh thần lạc quan, hăng hái đó cho nhân viên của mình. Một nhà lãnh đạo hiệu quả luôn dũng cảm. Chẳng ai muốn mình theo bước một người thiếu can đảm và trong thực tế quả thật là như vậy. Người lãnh đạo hiệu quả cũng có thái độ công bằng và luôn đối xử với nhân viên bình đẳng như nhau. Anh ta còn nhận lấy tất cả trách nhiệm đối với những gì nhân viên cấp dưới làm. Nếu nhân viên phạm sai lầm thì anh ta sẽ xem đó là lỗi của mình vì đã giao việc cho người nhân viên đó. Một người lãnh đạo hiệu quả hiểu rõ các nguyên tắc sư phạm và trong thực tế chính là một giáo viên đầy năng lực.

Một người lãnh đạo giỏi ra quyết định rất nhanh và thay đổi chúng từ từ. Dĩ nhiên là có những tình huống đòi hỏi chúng ta phải cân nhắc và kiểm tra các dữ kiện cẩn thận trước khi có thể đưa ra quyết định khôn ngoan. Tuy nhiên, sau khi đã thu thập và sắp xếp mọi dữ kiện, bạn không có lý do gì để chần chừ nữa và người có thói quen trì hoãn không thể trở thành một nhà lãnh đạo hiệu quả trừ khi anh ta khắc phục được thiếu sót này.

Người ta đã "nói" về việc xây dựng kênh đào Panama hơn một trăm năm nhưng mãi vẫn chưa bao giờ thật sự bắt tay vào xây dựng cho đến khi Theodore Roosevelt trở thành Tổng thống

Hoa Kỳ. Nhờ phẩm chất cứng rắn trong việc ra quyết định vốn là nền tảng của mọi thành tựu cũng như tài nghệ lãnh đạo của mình, Roosevelt đã khởi xướng sự việc, đưa ra một bộ luật khung để Quốc hội thông qua, quy định việc phân bổ ngân sách, tổ chức nhóm kỹ sư chủ trì và bắt tay vào làm với tinh thần tự tin, và kênh đào Panama đã được nói đến quá nhiều đã trở thành một sự thật tuyệt vời.

Có rất nhiều người học cao hiểu rộng hơn Theodore Roosevelt ở Nhà Trắng nhưng lại không có ai là nhà lãnh đạo tài ba hơn ông ấy. Nhà lãnh đạo là người của hành động!

Khi các thủy thủ hỏi Columbus sẽ làm gì nếu ngày hôm sau vẫn không thấy dấu hiệu của đất liền, ông trả lời: "Nếu ngày mai

không thấy đất liền, chúng ta sẽ tiếp tục đi mãi". Bản thân ông cũng có một Mục tiêu Chính yếu Rõ ràng và một kế hoạch để đạt được điều đó, đồng thời quyết định sẽ không bỏ cuộc hay quay về cho đến khi nỗ lực của ông thành công rực rỡ. Columbus là một người có khả năng lãnh đạo vĩ đại.

Khi bị kẻ thù đánh úp, Napoleon phát hiện có một chiến hào sâu ngụy trang ngay trước đường hành quân bèn ra lệnh cho kỵ binh của mình lấp đầy chiến hào bằng xác người và ngựa rồi cùng nhau băng qua và xông vào kẻ thù. Tình huống đó đòi hỏi quyết định tức thời vì chỉ cần một phút chần chừ hay do dự thôi thì rất có thể ông đã bị quân thù tấn công và bị bắt. Ông đã làm được một điều bất ngờ hay "không thể". Khả năng hành động nhanh chóng không đợi người khác chỉ bảo phải làm gì chính là phẩm chất khiến ông trở thành một người lãnh đạo tuyệt vời. Người ta nói rằng để tấn công Napoleon chắc phải có những con ngựa có cánh. Tôi đã thu thập hàng trăm quyển sách viết về Napoleon và tất cả đều nói lên Ý Chí Sắt Đá của ông, chúng tôi gọi nó là SUY NGHĨ TÍCH CỰC.

Bước đầu tiên để tạo dựng tài năng Lãnh đạo và tính Tiên phong chính là thói quen quyết định nhanh chóng và kiên định. Một nhà lãnh đạo tài ba phải có khả năng đưa ra quyết định nhanh chóng. Còn một người cứ lưỡng lự giữa những cái nên làm và không nên làm thường sẽ chẳng đạt được gì cả.

Thời đại ngày nay đòi hỏi chúng ta phải có khả năng lãnh đạo và tiên phong trong mọi khía cạnh của cuộc sống. Chưa bao giờ trong lịch sử thế giới những phẩm chất này lại có ý nghĩa quan trọng như ngày nay bởi hàng triệu người đang ở trong tình trạng tâm trí bị đảo lộn, lưỡng lự. Tại Hoa Kỳ cánh cửa luôn rộng mở cho những ai có phẩm chất lãnh đạo và tiên phong trong lĩnh vực quản lý chính quyền, tôn giáo, công nghiệp, tài chính, giao thông, mua bán, giáo dục và những lĩnh vực khác đòi hỏi sự nỗ lực. Hiện nay có rất ít người nổi bật trong những lĩnh vực này. Không lĩnh vực nào có nhiều triệu phú cho bằng lĩnh vực công nghệ máy tính, tuy nhiên tình trạng đó cứ 6 tháng lại thay đổi một lần và nhu cầu phát triển đòi hỏi phải có nguồn lực.

Sự thật là, một người được trả công không chỉ vì những gì anh ta hiểu biết mà phần lớn là vì những gì anh ta làm với sự hiểu biết của mình hoặc giao cho người khác làm.

Cách đây không lâu tôi có nhận được thư của một người viết rằng: "Tôi có rất nhiều bằng cấp và đã có thể thành công lớn nếu có ai đó

chỉ cho tôi biết mình phải làm gì và làm như thế nào".

Những người thành đạt không bao giờ đợi người khác chỉ cho mình phải làm gì hay làm như thế nào. Họ tự khởi xướng mọi việc, tự bổ nhiệm mình làm lãnh đạo, tranh thủ những sự trợ giúp cần thiết cũng như nguồn vốn và cứ tiến bước mặc cho mọi sự phản đối. Tự tin là một trong những yếu tố cốt lõi để thành công trong việc lãnh đạo. Một trong những xu hướng tự nhiên của con người là đi theo những người có lòng tự tin mãnh liệt, bởi chẳng ai muốn theo gót một người không hề chắc chắn về bản thân mình. Người ta bảo rằng binh lính của Napoleon sẵn sàng chết theo ông ta vì noi gương lòng can đảm và tự tin của vị tướng này.

Một người lãnh đạo thật sự luôn kiên định và không bao giờ chấp nhận xem các trở ngại tạm thời là thất bại. Người lãnh đạo hay thay đổi ý kiến sẽ làm mất lòng tin của người cấp dưới. Người lãnh đạo hay thay đổi ý kiến cho thấy họ không chắc chắn về bản thân mình. Nếu họ không chắc chắn về bản thân mình thì làm thế nào mà cấp dưới có thể chắc chắn về họ được?

Một người lãnh đạo thật sự không thiên vị với nhân viên của mình, cho dù bạn bè thân tộc của họ có làm việc trong tổ chức thì họ vẫn đối xử y hệt như với những nhân viên khác.

Một người lãnh đạo thật sự không chỉ tin vào bản thân và có lòng can đảm mà còn biết cách truyền tải những phẩm chất đó cho nhân viên cấp dưới của mình. Khi ông Cyrus H. K. Curtis giao việc xuất bản cho một người, ông nói: "Tôi trao cho anh tài sản này để quản lý và anh hãy điều hành nó hệt như chính anh là chủ nhân thật sự. Anh hãy tự ra quyết định, chọn lấy những nguồn giúp đỡ cần thiết, tạo ra các chính sách của riêng mình, phác thảo kế hoạch riêng và đảm nhận mọi trách nhiệm để thành công. Tất cả những gì tôi muốn được nhìn thấy là những bảng cân đối tài chính đẹp mắt vào cuối năm".

Curtis là một trong những nhà xuất bản thành công nhất trên thế giới. Ông thành công vì bản thân ông là một người lãnh đạo tuyệt vời và việc lãnh đạo của ông chủ yếu dựa trên sự thấu hiểu nguyên tắc phân chia trách nhiệm cho mọi người. Ông không cho phép nhân viên cấp dưới đùn đẩy trách nhiệm cho mình. Nhờ vậy mà ông đã tạo ra nhiều người lãnh đạo tài năng.

Các chủ tịch của 10 công ty hàng đầu (trong số 500 công ty hàng đầu) sẽ không đạt được gì nếu tự thân họ phải hướng dẫn tất cả các cộng sự cách lập kế hoạch và thực hiện những chiến dịch.

Tương tự, ông cũng đặt lên vai họ trách nhiệm như thế. Một người sẽ làm tốt nhất công việc của mình khi cảm thấy mình luôn chủ động và hiểu rõ mình là người chịu mọi trách nhiệm cho các hành động của mình.

Sẽ không có vai trò lãnh đạo thật sự nếu không có việc đảm nhận trách nhiệm. Tất cả chúng ta đều muốn làm người lãnh đạo trong việc này hay việc khác. Hầu hết chúng ta đều muốn có được quyền hạn và mức lương của người ra lệnh cho người khác việc phải làm nhưng ít có ai trong chúng ta muốn nhận lãnh trách nhiệm đi kèm với quyền hạn đó. Một người lãnh đạo thật sự không có giới hạn giờ giấc làm việc bởi anh ta là người phải thực hiện các kế hoạch bất kể anh ta phải cống hiến bao nhiêu tiếng đồng hồ cho nhiệm vụ đó.

Một người lãnh đạo thật sự phải tính đến những điểm yếu thông thường của nhân viên cấp dưới và sắp xếp kế hoạch sao cho những điểm yếu đó không ảnh hưởng gì đến công việc. Người lãnh đạo thật sự không chọn lựa nhân viên cấp dưới một cách ngẫu nhiên mà cẩn thận chọn đúng người đúng việc, sau đó chuyển đổi nhân viên qua lại từ công việc này đến công việc khác bất cứ khi nào và bất cứ ở đâu họ thấy mình phạm sai lầm.

Người lãnh đạo giỏi có một khả năng tưởng tượng sâu sắc. Anh ta không dựa vào uy quyền của mình cũng như không bao giờ gieo rắc nỗi sợ hãi vào lòng nhân viên cấp dưới. Người lãnh đạo giỏi chủ yếu dựa vào khả năng thuyết phục cấp dưới làm những gì có lợi nhất cho mình thông qua việc trình bày cho họ thấy những lợi ích đối với họ. Cái mà anh ta sử dụng là sự thuyết phục chứ không phải quyền lực.

Có hai dạng lãnh đạo trên thế giới này. Một là dựa vào quyền lực và điều khiển cấp dưới thông qua sự sợ hãi; hai là dựa vào sự thuyết phục và điều khiển cấp dưới thông qua tài năng lãnh đạo. Những người thuộc loại thứ hai là những Người Bán hàng Chuyên nghiệp, cho dẫu họ có thuộc ngành nghề nào. Tuýp lãnh đạo dựa trên quyền lực, quyền hạn và sự sợ hãi có thể cần thiết trong thời chiến nhưng trong kinh doanh thì lãnh đạo kiểu đó lại rất hèn hạ. Một trong những lý do khiến Napoleon là tướng lãnh của những tướng lãnh và các nhân viên bán hàng chính là ông thúc đẩy cấp dưới nhiều hơn là làm cho họ khiếp sợ. Một người lãnh đạo thành công trong kinh doanh và công nghiệp là người khích lệ được mọi người làm việc vì lợi ích của chính họ chứ không phải chỉ đơn thuần vì người lãnh đạo đó có quyền lực trong tay. Có ba hình thức thúc đẩy:

1. Sợ hãi (tạm thời)

2. Khuyến khích (tạm thời)

3. Thái độ (thay đổi vĩnh viễn)

Tất cả những người lãnh đạo giỏi đều là các Nhà Bán hàng Chuyên nghiệp! Và tất cả những Người Bán hàng Chuyên nghiệp đều là những nhà lãnh đạo tuyệt vời. Họ thấu hiểu nghệ thuật thuyết phục, họ biết cách làm thế nào để tạo ra trong tâm trí của nhân viên cấp dưới những động lực thúc đẩy dẫn đến sự hợp tác tự nguyện và có ích. Họ gần gũi và tạo ảnh hưởng tích cực đến nhân viên của mình thông qua cả cảm xúc và lý trí của họ.

Những Người Bán hàng Chuyên nghiệp có thể bán bất kỳ thứ gì họ chọn để bán vì họ có khả năng khởi xướng và tạo ra thị trường. Họ có thể bán hàng hóa, ý tưởng, kế hoạch, dịch vụ hay động cơ dễ dàng như bất kỳ món hàng nào khác. Họ giống như các thợ săn tài ba vừa săn vừa quản lý cuộc chơi trong khi những người khác phải chờ ai đó quản trò cho mình.

Những người lãnh đạo giỏi và Bán hàng Chuyên nghiệp sử dụng chung một triết lý. Họ bán cho nhân viên cấp dưới hoặc khách hàng của mình bất kỳ thứ gì họ muốn bán thông qua việc tạo dựng một mối quan hệ tin cậy lẫn nhau.

Một trong những nhà lãnh đạo tuyệt vời nhất đã ghi lại bí quyết của mình trong bảy chữ như sau: "Tử tế hiệu quả hơn cưỡng bức".

# Bí quyết 8
# ĐÁNH GIÁ KHÁCH HÀNG TIỀM NÀNG

Bước đầu tiên của một tiến trình bán hàng trong thực tế chính là đánh giá khách hàng tiềm năng. Quả thật là như vậy. Người bán hàng cần tìm hiểu một cách khéo léo người khách hàng tiềm năng, nhất là từ những nguồn khác nếu có thể, những thông tin sau vốn cần thiết cho phần trình bày kế hoạch bán hàng của anh ta một cách có lợi nhất:

1. Họ sẽ tiêu bao nhiêu tiền và người bán hàng nên đề nghị họ tiêu bao nhiêu tiền?

2. Những điều kiện nào bao gồm cả tâm trạng của người khách hàng có thể giúp kết thúc thương vụ? Nếu không có thì bao giờ sẽ có?

3. Khách hàng tự quyết định hay phải tham khảo luật sư, ngân hàng, vợ, chồng, người thân, tư vấn viên hay người nào khác trước khi đưa ra quyết định? Nếu có thì ai là người tư vấn và nhằm mục đích gì?

4. Nếu khách hàng phải tham khảo người khác trước khi quyết định, liệu người bán hàng có được phép hiện diện trong buổi nói chuyện đó không? Điều này cực kỳ quan trọng. Không có người bán hàng nào có thể chịu được cảnh một ai đó đánh giá anh ta và hàng hóa mà không có sự hiện diện của người bán hàng để có cơ hội trình bày trực tiếp.

5. Người khách hàng có thích nói phần lớn thời gian không? Nếu có, hãy dành cho anh ta một cơ hội. Từng lời anh ta nói ra đều có thể là một gợi ý bóng gió cho thấy anh ta đang nghĩ gì. Nếu khách

hàng không thích nói, hãy nói thoải mái và gợi chuyện cho anh ta nói bằng cách đưa ra những câu hỏi dẫn dắt đến những thông tin bạn cần.

Trong lúc đánh giá khách hàng, người bán sẽ dễ dàng xác định được những "trở ngại" có thể xảy ra ở thời điểm kết thúc thương vụ. Sau đây là một số lý do viện cớ phổ biến mà khách hàng tiềm năng thường đưa ra:

(a) Khách hàng bảo họ không có tiền. Một Người Bán hàng Chuyên nghiệp hiểu rõ điều này hơn ai hết bởi nếu anh ta đã đánh giá chính xác khách hàng tiềm năng của mình và biết rõ tình trạng tài chính của họ, vì vậy chắc chắn anh ta sẽ biết cách vượt qua trở ngại này một cách khéo léo.

(b) Nếu người mua là nam giới, có thể anh ta sẽ bảo rằng anh ta cần bàn bạc lại với vợ, luật sư hay ngân hàng. Nếu anh ta lấy vợ ra làm lý do, Người Bán hàng Chuyên nghiệp sẽ khéo léo đề nghị được gặp cả hai vợ chồng. Trong buổi nói chuyện đó, người bán hàng sẽ tìm hiểu xem liệu người vợ có phải là bà chủ thật sự trong gia đình hay đây chỉ là sự lẩn tránh của người chồng. Nếu cô vợ là người quyết định, người bán hàng sẽ chuyển mục tiêu bán hàng sang cô ta là chủ yếu.

(c) Khách hàng có thể bảo anh ta chưa muốn quyết định vội vì muốn đợi xem số đông mọi người sẽ "nghĩ gì". Trong những trường hợp như vậy, người bán hàng sẽ khéo léo đề nghị những cách thức và phương tiện có thể giúp người mua tin rằng họ đang làm theo những gì mình nghĩ và dĩ nhiên những suy nghĩ đó là do người bán hàng cung cấp.

Toàn bộ quá trình đánh giá khách hàng phải được tiến hành trước khi bạn nỗ lực kết thúc thương vụ. Trong thực tế, tất cả những thương vụ thất bại sau khi người bán hàng trình bày rơi vào một trong hai lý do sau:

Thứ nhất: Người bán hàng đã không thành công trong việc "trung hòa" tư tưởng của khách hàng trước khi trình bày kế hoạch bán hàng.

Hoặc

Thứ hai: Người bán thất bại trong việc đánh giá khách hàng chính xác trước khi cố gắng đóng thương vụ.

Người Bán hàng Chuyên nghiệp không bao giờ cố tìm cách kết

thúc thương vụ trước khi chắc chắn rằng mình đã vẽ lên trong tâm trí của khách hàng một bức tranh khiến anh ta phải khát khao dữ dội về món hàng của mình. Người khách hàng tiềm năng phải có khả năng mua món hàng đó. Đây là điểm mà người bán hàng không bao giờ nên phỏng đoán mà nhiệm vụ của anh ta là phải biết điều đó, nếu không thì anh ta không phải là một Người Bán hàng Chuyên nghiệp!

Việc đầu tiên mà một Người Bán hàng Chuyên nghiệp cần hỏi một khách hàng mua bảo hiểm nhân thọ tiềm năng là: "Anh/chị muốn mức bảo hiểm bao nhiêu và loại hợp đồng nào?". Nhờ thông tin này, người nhân viên bảo hiểm sẽ dễ dàng biết được nhu cầu và biết gần đúng về tình trạng tài chính của khách hàng, từ đó sẽ biết được mình cần giới thiệu đến khách hàng loại hợp đồng bảo hiểm nào.

**Đặt câu hỏi đánh giá khách hàng**

Một Người Bán hàng Chuyên nghiệp sẽ soạn trước những câu hỏi được chuẩn bị kỹ càng, giúp họ có được những thông tin cần thiết của khách hàng để đánh giá họ một cách chính xác. Phần lớn mọi người đều sẵn lòng trả lời những câu hỏi hợp lý. Chăm sóc và suy nghĩ về bài trình bày bán hàng và đặt câu hỏi sẽ giúp người bán hàng có được những thông tin cần thiết để kết thúc thương vụ. Thêm vào đó những thông tin ấy lại chính xác và đáng tin cậy vì do chính khách hàng cung cấp.

**Hãy để khách hàng nói thoải mái**

Khi bắt giữ một người bị tình nghi phạm tội, ngay lập tức cảnh sát sẽ để cho anh ta nói. Từng lời anh ta nói, cũng như những vấn đề anh ta từ chối nói ra, đều đến tay các nhà điều tra và từ đó họ sẽ dễ dàng suy ra những kết luận quan trọng.

Chừng nào còn chưa trình bày kế hoạch bán hàng thực sự với khách hàng thì Người Bán hàng Chuyên nghiệp chẳng khác gì một nhà điều tra thật sự. Nhiệm vụ của anh ta là tìm kiếm dữ kiện, và phương pháp tốt nhất chính là để cho người khách hàng tiềm năng đó nói! Một số người tự nhận là nhân viên bán hàng nhưng tự họ lại phá đi mất cơ hội của mình vì luôn mở miệng và nhắm mắt, bịt tai. Người bán hàng thành công nhất là người biết khéo léo sắp xếp cuộc nói chuyện sao cho người mua hàng cứ tưởng mình đang làm chủ tình hình. Và khi thương vụ kết thúc, khách hàng sẽ có cảm giác họ vừa mua một món hàng chứ không phải được bán cho một món hàng.

**"Bủa vây" khách hàng tiềm năng**

Người Bán hàng Chuyên nghiệp sẽ dành thời gian tạo mối quan hệ với khách hàng trước khi cố gắng bán cho họ một món hàng nào đó nhằm đánh giá họ một cách kín đáo. Một nhân viên bán bảo hiểm ở Hoa Kỳ chuyên nhắm đến các khách hàng mà mình hay chơi golf. Anh ta chăm sóc họ kỹ lưỡng, nhưng không bao giờ đề cập đến nghề nghiệp của mình trong khóa học chơi golf, dù chỉ là thoáng qua. Thêm vào đó, anh ta không bao giờ cố tìm cách nói về bảo hiểm với những khách hàng tiềm năng của mình cho đến khi đã chơi golf với họ ít nhất là ba lần, và ngay cả khi đó anh ta cũng rất khéo léo dẫn dắt để tài thông qua một loạt những câu hỏi lịch thiệp được chuẩn bị kỹ càng để từ đó người kia phải hỏi anh ta về vấn đề bảo hiểm. Anh ta gọi mình là một "Tư Vấn Viên Bảo Hiểm Nhân Thọ". Nhiệm vụ của anh ta là bảo những khách hàng tiềm năng của mình xem lại các chính sách bảo hiểm mà họ đang có xem chúng có thật sự tốt về mặt chi phí, điều khoản... hay không. Và dĩ nhiên là anh ta sẽ chọn những khách hàng có gói bảo hiểm lớn và có nhiều loại bảo hiểm đang áp dụng. Anh ta đã bán được hàng trăm gói bảo hiểm mà không cần phải đề nghị họ mua thêm bảo hiểm chỉ bằng cách phân tích kế hoạch bảo hiểm của họ theo một cách khéo léo khi gieo vào tư tưởng của họ suy nghĩ rằng họ cần mua thêm bảo hiểm hoặc chuyển sang một loại bảo hiểm khác.

Tự tin là yếu tố quan trọng chính yếu mà Người Bán hàng Chuyên nghiệp phải tạo được trong lòng khách hàng tiềm năng. Nếu đánh giá chính xác khách hàng, anh ta cũng đồng thời sẽ tạo được điều này trong họ. Trước nay chưa có ai bán được hàng mà thiếu lòng tin. Người Bán hàng Chuyên nghiệp thường "bủa vây" khách hàng tiềm năng của mình hàng tháng trời, vừa tạo lòng tin vừa phải luôn kìm nén ý muốn bán hàng.

**Các phương pháp đánh giá**

Một nhà điều tra giỏi thường "cài chim mồi" ở những chỗ họ có thể lấy được thông tin từ người khách tiềm năng. Một lần nữa, ở đây Người Bán hàng Chuyên nghiệp lại sử dụng các kỹ thuật tương tự những gì các nhà tội phạm học thường dùng, nhưng Người Bán hàng Chuyên nghiệp hành động như chính bản thân họ là "con chim mồi" và lấy thông tin trực tiếp từ khách hàng.

Bản chất công việc của họ là "rón rén" lấy thông tin cần thiết một cách kín đáo.

Tuy vậy, đôi khi Người Bán hàng Chuyên nghiệp sử dụng các nhà điều tra chuyên nghiệp (tức là họ không đóng vai "con chim mồi"). Những nhà điều tra này sẽ thu thập những thông tin mà người bán hàng không thể lấy được từ khách hàng. Và nhiệm vụ của Người Bán hàng Chuyên nghiệp là hiểu về khách hàng tiềm năng của mình, do vậy anh ta phải có được những dữ kiện đó.

Những người bán hàng quá hờ hững hay lười biếng không chịu tìm kiếm đủ các dữ kiện để đánh giá khách hàng thường sẽ thường xuyên gặp phải thất bại. Ngược lại, bất kỳ ai cũng sẽ bị đánh bại chín phần mười khi đối thủ nắm được điểm yếu của mình, miễn là đối thủ đó có trí thông minh để sử dụng thông tin một cách hiệu quả, Người Bán hàng Chuyên nghiệp sở hữu trí thông minh này. Hơn nữa, họ trở thành Người Bán hàng Chuyên nghiệp phần lớn vì họ có khả năng lấy được các dữ kiện và đánh giá chính xác khách hàng tiềm năng của họ.

# Bí quyết 9

# CHUẨN BỊ TÂM LÝ THUẬN LỢI CHO KHÁCH HÀNG TIỀM NĂNG

Sau khi được đánh giá hoặc trong quá trình đánh giá trước khi tiến hành thương vụ, tâm trí của khách hàng tiềm năng không nên chứa đựng bất kỳ định kiến, tư tưởng lệch lạc, oán giận hay bất kỳ cảm xúc nào bất lợi đối với người bán hàng. Tâm trí của họ cần được dọn dẹp, chuẩn bị sẵn sàng trước khi lòng khát khao sản phẩm được gieo vào đó. Tư tưởng trung hòa hoặc thuận lợi của khách hàng tiềm năng cần chứa các yếu tố sau:

(a) Tin tưởng: khách hàng cần tin tưởng vào sản phẩm cũng như người bán.

(b) Thích thú: thông qua trí tưởng tượng, người mua phải cảm thấy thích thú về món hàng mà người bán đề nghị.

(c) Động cơ: khách hàng phải có một động cơ hợp lý để mua hàng. Việc tạo ra động cơ là nhiệm vụ quan trọng nhất của người bán hàng.

Tâm trí của khách hàng tiềm năng sẽ không bao giờ ở trạng thái sẵn sàng giao dịch nếu ba yếu tố trên chưa hiện diện trong trí họ.

Nhiệm vụ đầu tiên của người bán hàng là tạo ra sự tin tưởng trong tâm trí người mua. Dĩ nhiên bạn không thể nào làm điều này bằng cách gợi ra những tình cảm tiêu cực ở họ mà nhờ phân tích kỹ lưỡng:

1. Khách hàng

2. Công việc của người mua

3. Những trở ngại mà người mua có thể gặp phải nếu muốn thành công trong công việc

Chẳng gì có thể nhanh chóng tạo nên lòng tự tin ở khách hàng cho bằng sự quan tâm thật sự và sâu sắc đến các vấn đề công việc của họ.

Nhiệm vụ thứ hai của người bán hàng trong việc chuẩn bị tâm lý cho người mua để họ có thể dễ dàng đón nhận "hạt giống khát khao" đối với sản phẩm chính là khơi dậy sự quan tâm của người mua đối với các sản phẩm đó. Điều này đòi hỏi phải áp dụng một hoặc tất cả "Những phẩm chất một người bán hàng bậc thầy phải có" đã được mô tả trong bài học trước. Để khơi dậy sự yêu thích của khách hàng ở các sản phẩm, ít nhất người bán hàng sẽ phải sử dụng đến trí tưởng tượng, lòng chân thành, sự nhiệt tình, kiến thức bán hàng, sự kiên trì và tài nghệ quảng cáo. Tâm lý cởi mở của khách hàng cũng sẽ không có lợi ích gì nếu người bán hàng thiếu khả năng gieo vào tâm trí đó lòng khát khao đối với sản phẩm mình muốn bán.

Nhiệm vụ thứ ba của người bán hàng là tạo một động cơ thích hợp để dẫn dụ khách hàng mua sản phẩm của mình. Điều này đòi hỏi anh ta phải hiểu biết toàn diện về người khách hàng cũng như lĩnh vực kinh doanh, làm việc của họ.

Không trung hòa được tâm trí khách hàng tiềm năng là một trong năm điểm yếu lớn nhất của những người bán hàng không thành công. Có thể không cần phải tuân theo một nguyên tắc cố định trong việc trung hòa tâm lý khách hàng vì mỗi trường hợp đều có những đặc thù riêng của nó và phải xử lý theo từng trường hợp. Người bán hàng phải có trí tưởng tượng để nhanh chóng nhận ra phương pháp thích hợp nhất để trung hòa tâm lý cho khách hàng của mình. Sau đây là một số phương thức đã áp dụng thành công cho việc chuẩn bị cuộc bán hàng hoặc trung hòa tâm lý của khách hàng tiềm năng:

(a) Xã giao tại các câu lạc bộ: Hầu như ai cũng có một thú vui giải trí nào đó bên cạnh công việc chính. Khi nói về thú vui giải trí của mình, người ta thường có xu hướng rời bỏ áo giáp phòng thủ mà họ vẫn thường khoác lên mình trong kinh doanh. Dĩ nhiên là các nhân viên bán hàng siêu đẳng hiểu rất rõ giá trị của những mối quen biết trong các câu lạc bộ.

(b) Các mối quan hệ tại nhà thờ. Tại đây mọi người có thể làm quen với nhau một cách thân mật, trong các hoàn cảnh dễ tạo sự

tin tưởng.

(c) Các chi nhánh, hội đoàn. Trong nhiều lĩnh vực bán hàng, người bán hàng sẽ tìm được những mối quan hệ có lợi từ các chi nhánh, hội đoàn thương mại, nơi mà mọi người tự động phá bỏ các rào cản hình thức.

(d) Những buổi thăm viếng riêng tư. Tiệc tối là cơ hội tốt để phá vỡ các rào cản hình thức và tạo sự tin tưởng lẫn nhau - một môi trường tốt để trung hòa tâm lý.

(e) Dịch vụ riêng. Trong một số tình huống, người bán hàng ở vào vị trí cung cấp các dịch vụ có giá trị và thông tin hữu ích một cách tế nhị cho những người mà anh ta muốn làm ăn.

Sau khi đã trung hòa tâm lý và tạo được sự tin tưởng của người mua, bước tiếp theo mà bạn cần làm là kết nối sự tin tưởng đó với mối quan tâm của khách hàng dành cho sản phẩm. Đến đây người bán hàng phải xây dựng toàn bộ bài thuyết trình bán hàng của mình xung quanh động cơ chủ đạo phù hợp nhất đối với tình trạng tài chính và công việc của khách hàng tiềm năng. Khi người mua đã có đủ ba yếu tố tin tưởng, quan tâm và có động cơ thúc đẩy để mua hàng, đây là lúc để người bán kết thúc thương vụ.

**Mười yếu tố chính để tạo lòng tin tưởng**

Thông qua việc quan sát kỹ lưỡng hàng ngàn người bán hàng, tôi đã phát hiện ra mười yếu tố chính giúp tạo nên lòng tin tưởng như sau:

1. Có thói quen phục vụ tốt hơn và nhiều hơn những gì bạn được trả công.

2. Không thực hiện những giao dịch không có lợi cho những ai có liên quan.

3. Không nói những điều bạn không tin là sự thật, dù thoạt nghe qua chúng rất có lợi cho công việc của bạn.

4. Có lòng khát khao chân thành được phục vụ mọi người một cách tốt nhất.

5. Tạo sự ngưỡng mộ toàn vẹn trong mọi người về bản thân, yêu thích họ hơn yêu thích tiền.

6. Hết lòng sống theo và rao giảng triết lý kinh doanh của riêng

mình. Hành động có giá trị gấp mười lần lời nói!

7. Không nhận bất kỳ đặc ân nào, dù là lớn hay nhỏ, nếu không đáp trả lại.

8. Không đòi hỏi bất kỳ ai điều gì nếu không chắc chắn rằng mình có quyền đòi hỏi điều đó.

9. Không tranh cãi với bất kỳ ai về những chi tiết lặt vặt, không quan trọng.

10. Mang niềm vui đến bất cứ nơi đâu bạn đến, bởi chẳng ai tin cậy vào một kẻ chuyên giết niềm vui!

Đây là danh sách đáng để bạn ghi nhớ và những gì bên dưới đây cũng đáng giá như vậy:

Mọi công ty thành công đều được khách hàng của họ tin tưởng. Người bán hàng chính là nhịp cầu trung gian để tạo nên hoặc đánh mất sự tin tưởng đó. Người Bán hàng Chuyên nghiệp biết rõ tầm quan trọng của việc đạt được và duy trì sự tin tưởng của khách hàng và thỏa thuận với khách hàng như thể anh ta chính là chủ của công ty mình đang đại diện. Anh ta xử sự với khách hàng hệt như cách mà anh ta sẽ làm nếu là chủ công ty đó.

Tin tưởng là nền tảng của mọi mối quan hệ hòa thuận. Người bán hàng nào xem thường yếu tố này sẽ tự chuốc lấy thất bại và không bao giờ trở thành một Người Bán hàng Chuyên nghiệp được. Điều đó có nghĩa là anh ta tự giới hạn thu nhập lẫn các lợi thế của bản thân.

Tại Chicago có một người bán hàng chuyên nghiệp coi sóc cả chuỗi cửa hàng bán nón cho đàn ông. Hồi đầu khi tôi mới chú ý đến các cửa hiệu này, họ chuyên bán các loại nón giá hai mươi đô la. Người bán hàng đảm bảo rằng nếu không hài lòng, quý khách có thể mang nón đến trả lại và đổi lấy cái mới mà không phải giải thích gì cả.

Người chủ cửa hàng cho tôi biết có một ông nọ cứ mỗi năm lại đem nón cũ ra đổi nón mới hai lần trong suốt bảy năm trời.

- Vậy ông cho phép anh ta làm vậy sao? - Tôi hỏi.

- Làm cái gì kia chứ? - Người chủ tiệm trả lời. - Không gì sống động cho bằng con người. Nếu tôi có một trăm người khách hàng làm y hệt như ông ta, ắt hẳn tôi đã có đủ số tiền cần thiết và nghỉ hưu

trong vòng năm năm rồi. Không có ngày nào mà chúng tôi không có một khách hàng do ông ta giới thiệu. Thật ra anh ta chính là mẩu quảng cáo di động biết nói của chúng tôi đấy!

Có hai trường hợp để mọi người nói một cách nhiệt tình và qua đó quảng cáo một cách bất lợi hoặc có lợi cho doanh nghiệp, đó là khi họ bị lừa hoặc khi họ nhận được dịch vụ hay món hàng vượt trên mức mong đợi.

Tất cả mọi người đều như thế. Tất cả đều bị chi phối bởi quy luật tương phản. Bất kỳ điều gì bất thường hay phi thường, cho dù là để lại ấn tượng tốt đẹp hay không tốt đẹp, đều tạo ra một ấn tượng lâu dài.

Tại châu Á, tôi để ý thấy rằng thường ít có dịch vụ hậu mãi. Người nhân viên bán hàng không thăm hỏi hay liên lạc lại với khách hàng của mình, và điều đó làm thất thoát hàng triệu đô la qua phương thức giới thiệu mà không có nó, doanh nghiệp sẽ không thể tồn tại lâu dài được.

**NGHỆ THUẬT BÁN HÀNG TƯƠNG TỰ MỘT VỞ KỊCH**

Nghệ thuật bán hàng khoa học có những nguyên tắc tương tự một vở kịch. Tâm lý trong việc bán hàng cho một cá nhân cũng giống như tâm lý của một diễn viên trình diễn vở kịch trước khán giả. Một vở kịch thành công đòi hỏi phải có hành động mở màn ấn tượng, có cao trào và hành động hạ màn mạnh mẽ. Nếu vở kịch không có những điều này sẽ bị thất bại.

Hồi I:

Phải gây sự chú ý và quan tâm của khán giả

Hồi II:

Phải phát triển cốt truyện cho bài trình bày. Cho dù phần này có yếu thì mọi thứ vẫn ổn nếu hồi mở màn mạnh. Khán giả (hay khách hàng) sẽ rộng lượng, miễn là họ cảm thấy đủ tin tưởng nhờ vào màn mở đầu và khơi dậy sự mong đợi một cao trào ấn tượng.

Hồi III:

Phải nhận ra mục tiêu, đây là thời điểm "hạ gục" khán giả bất kể hai màn trước ra sao, nếu không vở kịch sẽ thất bại hoàn toàn. Hồi thứ ba cũng chính là hồi cuối, là thời điểm thương vụ kết thúc thành công hay thất bại.

Sự tiếp cận này phải đủ mạnh đến mức tạo được lòng tin và khơi dậy sự quan tâm ở khách hàng tiềm năng đối với sản phẩm lẫn người bán hàng. Nếu ngay từ màn đầu tiên mà người bán hàng đã tỏ ra yếu ớt thì anh ta sẽ gặp khó khăn, nếu không muốn nói là khó có thể thành công trong việc bán hàng. Bài trình bày bán hàng có thể yếu "ở phần giữa" mà không gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến thương vụ, miễn là phần đầu và phần kết phải đủ mạnh. Nghệ thuật bán hàng theo phương pháp khoa học có thể được mô tả như một Vở kịch Ba hồi như sau:

Hồi I:

Sự quan tâm (phải được tạo nên bằng cách trung hòa tâm lý của khách hàng và tạo sự tin tưởng)

Hồi II:

Khát khao (phải được phát triển thông qua phần trình bày hợp lý về động cơ mua hàng)

Hồi III:

Hành động (hành động hay còn gọi là phần kết thúc chỉ có thể xảy ra nếu hai hồi trước được thể hiện đúng đắn)

Để có thể biểu diễn vở kịch ba hồi nói trên một cách thành công, đạo diễn (người bán hàng) phải sở hữu và vận dụng trí tưởng tượng. Trí tưởng tượng là một cái xưởng làm việc mà ở đó tâm trí phác thảo nên những ý tưởng, kế hoạch và bức tranh tinh thần giúp tạo nên lòng khát khao sản phẩm ở khách hàng tiềm năng. Một người bán hàng thiếu sự tưởng tượng cũng giống như một con tàu thiếu bánh lái, nó cứ quay vòng vòng và chấm dứt ở nơi bắt đầu mà không tạo nên một ấn tượng nào.

Bản thân lời nói không thôi sẽ không thể chiến thắng!

Nhưng lời nói kết hợp với suy nghĩ tạo ra lòng khát khao thì sẽ chiến thắng. Một số người bán hàng chưa bao giờ biết được sự khác biệt giữa những bức tranh chớp nhoáng có thể làm bùng lên trí tưởng tượng của người mua hướng tới món hàng.

Tất nhiên, mục đích duy nhất của việc trung hòa tâm trí khách hàng là để tạo lòng tin. Khi lòng tin không được tạo dựng trong tâm trí khách hàng từ trước thì không có bán chác được gì cả. Có bốn cấp độ quan hệ trong xã hội con người:

1. tâm trí đóng

2. tâm trí mở

3. tin tưởng

4. niềm tin

Bạn có thể bán hàng khi ở hai cấp độ sau cùng chứ không bao giờ bán được ở hai cấp độ đầu tiên. Một người có thể trượt từ cấp độ thứ tư - cấp độ cao nhất - chỉ trong một bước đến cấp độ đầu tiên - cấp độ thấp nhất - trong khi anh ta phải khó nhọc leo từng bước từ cấp độ thấp nhất lên trên.

# Bí quyết 10
# NGHỆ THUẬT KẾT THÚC THƯƠNG VỤ

Phần cao trào hay kết thúc của một thương vụ được cho là phần khó nhất của toàn bộ giao dịch. Tuy vậy, điều này không đúng, nếu đầu xuôi thì đuôi lọt. Trong thực tế, phần cao trào chỉ là một chi tiết nhỏ nếu quy trình bán hàng được thực hiện đúng cách.

Hầu như trong mọi thương vụ có khó khăn trong việc kết thúc giao dịch thì khó khăn lại nằm ở phần trước cao trào. Trước khi đến phần cao trào, Người Bán hàng Chuyên nghiệp cần chuẩn bị đường lối một cách cẩn thận, từng bước một thông qua việc chú ý đến các chi tiết quan trọng sau:

(a) Anh ta đã chuẩn bị kỹ tâm lý cho khách hàng để họ đón nhận phần trình bày bán hàng của mình.

(b) Bằng cách tạo lòng tin tưởng, anh ta đã khiến khách hàng cảm thấy quan tâm, thiện cảm với mình và món hàng của mình.

(c) Anh ta đã đánh giá tâm trí khách hàng chính xác để chắc chắn rằng mình đang tiếp cận một khách hàng tiềm năng chứ không phải chỉ là "hên xui".

(d) Quan trọng hơn cả là anh ta đã gieo vào tư tưởng của khách hàng một động cơ mua hàng hợp lý.

(e) Anh ta kiểm tra phản ứng của người mua trong suốt phần trình bày bán hàng của mình, đảm bảo rằng người mua theo dõi bài trình bày bán hàng đó với sự quan tâm. Điều này được thực hiện bằng cách quan sát các biểu hiện của nét mặt cũng như các

câu nói của khách hàng biểu thị mong muốn với món hàng anh bán.

Cuối cùng, nhưng không có nghĩa là ít quan trọng nhất, người bán hàng phải bán hàng trong tâm trí của mình trước khi cố gắng tiến đến cao trào với khách hàng! Anh ta phải biết điều này bằng cách "cảm nhận" suy nghĩ của khách hàng. Không ai có thể trở thành một Người Bán hàng Chuyên nghiệp mà không rèn luyện để phát triển khả năng "nắm bắt" tâm trí khách hàng nhờ giác quan thứ sáu. Hơn tất cả những điều gì khác, đây chính là khả năng thể hiện đặc tính nổi bật của một Người Bán hàng Chuyên nghiệp.

Sau khi đã thực hiện tốt mọi bước trên, người bán hàng đã sẵn sàng để kết thúc thương vụ. Có hàng ngàn người bán hàng có thể khơi gợi sự thích thú trong bước đầu tiên của việc bán hàng, tạo cho khách hàng khát khao có được sản phẩm ở bước thứ hai nhưng đến bước thứ ba thì thất bại vì thiếu khả năng kết thúc một thương vụ! Tuy nhiên, nên nhớ rằng nếu bạn thực hiện đúng sáu bước đã mô tả chi tiết ở đây thì phần kết thúc thương vụ sẽ rất dễ dàng và không có gì to tát, nó chỉ là một chi tiết nhỏ mà thôi.

**Gợi ý cho phần kết thúc thương vụ**

Các gợi ý dưới đây sẽ hữu ích, ngay cả với nhân viên bán hàng cấp dưới, để kết thúc thương vụ thành công.

1. Không để khách hàng dẫn dắt bạn ra khỏi kế hoạch bán hàng của bạn bằng việc tham gia vào những cuộc tranh cãi lặt vặt không cần thiết. Nếu khách hàng cứ nhất định cắt ngang khi bạn nói và cố lèo lái câu chuyện sang hướng viện cớ để từ chối mua hàng, cứ để họ nói thoải mái đến khi nào mệt thì thôi, rồi khéo léo chuyển hướng trở lại với luồng suy nghĩ của bạn. Sau đó hãy lập tức phát triển ý của bạn đến phần cao trào. Điều này là hết sức cần thiết. Hoặc là người bán hàng hoặc là người mua sẽ phải làm chủ tình hình và những người bán hàng nào nắm được tình hình sẽ làm nên sự khác biệt.

2. Dự đoán những câu hỏi và phản đối tiêu cực mà bạn có thể cảm nhận được rằng chúng đang tồn tại trong trí của khách hàng. Hãy tự đặt câu hỏi và trả lời những điều đó. Đừng bao giờ đặt ra những câu hỏi tiêu cực trừ khi bạn chắc chắn khách hàng đang nghĩ đến điều đó. Trong nghệ thuật bán hàng, tốt hơn cả là đừng "bứt dây động rừng".

3. Luôn nghĩ rằng khách hàng sẽ mua hàng, cho dù anh ta có nói

hay làm gì ngược lại điều đó, và hãy thể hiện qua từng lời nói, cử chỉ của bạn rằng anh ta sẽ mua món đồ đó. Nếu yếu kém ở điểm này, bạn sẽ bị đánh bại ngay từ ban đầu vì khách hàng sẽ nhận thấy bạn không đủ tự tin vào bản thân. Nếu anh ta làm được điều đó, anh ta sẽ sử dụng nó như là một cái cớ để đưa ra câu trả lời tiêu cực khi bạn cố gắng kết thúc thương vụ. Người Bán hàng Chuyên nghiệp không bao giờ chần chừ một giây phút nào cũng như không chịu đầu hàng, mặc cho người mua có khôn ngoan giăng bẫy để làm yếu thế anh ta. Một số khách hàng khá khéo léo khi tìm cách dẫn dắt người bán hàng đi chệch hướng, nhưng một Người Bán hàng Chuyên nghiệp vẫn giữ vững lập trường tranh luận của mình. Do vậy, bạn cần chú ý đến kỹ thuật này và chuẩn bị trước thật cẩn thận để có thể thương lượng thành công trong những tình huống như thế.

4. Luôn cho rằng khách hàng là đúng và anh ta biết rõ những gì mình đang nói hay đang làm. Bất kỳ gợi ý nào của bạn, dù là trực tiếp hay gián tiếp, cho thấy bạn thông minh hơn anh ta chắc chắn sẽ khiến anh ta nổi đóa cho dù không biểu lộ ra ngoài. Phần đông những người bán hàng tầm thường hay phạm phải sai lầm là tỏ ra mình hiểu biết hơn người mua. Đây là một cách bán hàng rất tồi. Nó khiến người bán hàng mất đi cơ hội bán hàng của mình.

5. Khi ra giá món hàng, hãy chọn con số cao. Thà là sau đó bạn hạ giá khi cần thiết còn hơn là đề nghị giá quá thấp để rồi cuối cùng khi đến lúc kết thúc thương vụ mới nhận ra mình không có lời. Tốt hơn cả là bạn nên đề nghị giá cao để rồi bán với giá thấp hơn, chứ đừng đề nghị giá thấp để rồi sau đó tìm cách nâng giá lên. Ngay cả khi con số mà bạn đề ra vượt quá khả năng tài chính của khách hàng thì việc mà bạn phỏng đoán anh ta có thể mua hàng với giá cao như vậy cũng không làm anh ta phật lòng. Tuy nhiên, nếu bạn phạm sai lầm trong việc tìm hiểu khả năng tài chính của anh ta, bạn có thể xúc phạm họ. Điều này đã xảy ra rất nhiều lần.

6. Sử dụng phương pháp đặt câu hỏi để dẫn dắt khách hàng nói ra những điểm chính yếu mà bạn có ý định đề cập trong phần trình bày của mình. Sau đó hãy bảo đó chính là ý kiến của họ! Đây là một trong những kỹ thuật bán hàng hiệu quả nhất bởi con người thường ủng hộ cho những gì mình nói (hay suy nghĩ).

7. Nếu khách hàng bảo họ cần tham khảo ý kiến với luật sư, ngân hàng, vợ hay người quen nào đó, hãy tán thành và bảo rằng anh ta làm thế là rất sáng suốt và cẩn thận vẫn hơn. Sau đó, hãy khéo léo gieo vào tâm trí của anh ta suy nghĩ rằng, nhân viên ngân hàng chỉ giỏi trong việc cho mượn tiền, luật sư có thể hiểu rõ về luật

pháp, vợ và bạn bè có thể là những người trung thành, hiểu biết nhưng chỉ có anh ta mới là người biết rõ nhất về sản phẩm này mà thôi. Rằng anh ta đang có mọi dữ kiện mà những người kia không có cũng như họ không thể nào có đủ thời gian lẫn mối quan tâm đến sản phẩm này như anh ta. Thêm vào đó, hãy khiến anh ta nghĩ rằng suy cho cùng thì anh ta biết rõ mình nghĩ gì và muốn gì hơn bất kỳ ai khác.

8. Tránh không để khách hàng suy nghĩ lại trừ khi họ có lý do chính đáng để trì hoãn thương vụ. Khi họ vừa có ý định đó, hãy kìm hãm họ lại và giúp họ suy nghĩ thấu đáo ngay lúc đó. Hãy nhớ rằng, một gram kiên trì lúc này có giá trị bằng cả kilogram nỗ lực sau đó. Sự thật là, hầu hết những thương vụ thất bại đều có thể được cứu vãn nếu người bán hàng kiên trì thêm một chút.

**Đâu là thời điểm tâm lý để kết thúc thương vụ?**

Nhiều người bảo rằng một thương vụ cần được kết thúc vào thời điểm tâm lý nhất định, nhưng kinh nghiệm cho thấy hầu hết những người bán hàng không biết được đâu là thời điểm mà họ có thể cảm nhận điều đó. Trong mọi giao dịch đều có một thời điểm đó, khi mà bạn bán được hay không được một món hàng.

Một trong những điểm khác biệt chính giữa Người Bán hàng Chuyên nghiệp và người bán hàng tầm thường là Người Bán hàng Chuyên nghiệp có khả năng cảm nhận được điều gì đang xảy ra trong đầu của người mua bên cạnh những lời mà họ nói ra. Một người bán hàng tầm thường sẽ không nhận ra được điều này vì thiếu giác quan thứ sáu.

Khi cảm nhận được thời điểm tâm lý cho việc đóng thương vụ này, hãy đưa ra giá và tiến hành đóng giao dịch lại ngay tại đó. Chỉ cần bạn trì hoãn một vài phút, thậm chí là một vài giây, là người mua đã có thể thay đổi ý định. Nếu khi đã đóng thương vụ và nhận ra mình sai lầm vì chọn không đúng thời điểm tâm lý, hãy trở lại phần trình bày bán hàng, đưa ra những luận cứ mới giúp chốt lại vấn đề mà bạn đã dự phòng trong trường hợp khẩn cấp. Nếu là một Người Bán hàng Chuyên nghiệp, bạn sẽ luôn có sẵn trong tay những luận cứ cần thiết trong trường hợp khẩn cấp.

Không Người Bán hàng Chuyên nghiệp nào lại dùng hết những "con bài chủ" của mình trừ khi bị buộc phải làm thế và ngay cả trong tình huống đó anh ta cũng không dùng tất cả một lần. Anh ta sẽ giữ lại một số phòng trường hợp cần phải trình bày lại để kết thúc thương vụ.

Thời điểm tâm lý để kết thúc thương vụ là một điều gì đó mà người bán hàng phải cảm nhận mặc dù có những lúc thời điểm này hiện ra rất rõ rệt qua lời nói hoặc nét mặt của người mua. Một người bán hàng có đầu óc tiêu cực hoặc thiếu tự tin thường bỏ lỡ thời điểm này và nhầm tưởng những gì mình đang nghĩ là suy nghĩ của khách hàng.

Ngược lại nếu khách hàng nghĩ những gì người bán đang nghĩ là của mình thì sẽ rất có lợi cho người bán, nghĩa là nếu người mua tưởng rằng sự tự tin, lối suy nghĩ tích cực và chắc chắn sẵn sàng mua hàng của người bán chính là của mình thì anh ta sẽ hành động theo đó nếu người bán tìm cách kết thúc thương vụ. Nếu người bán truyền tư tưởng tiêu cực sang người mua (điều mà anh ta chắc chắn có thể làm được nếu là một người bán hàng tầm thường) thì ngược lại anh ta cũng có thể truyền sang cho người mua một tư tưởng tích cực. Đó chính là lý do vì sao người bán hàng cần luôn có một phong cách lẫn niềm tin tích cực rằng thương vụ sẽ thành công.

Nếu bạn để lộ cho người mua thấy ý muốn kết thúc thương vụ một cách vội vàng thì điều đó sẽ mang lại hậu quả nghiêm trọng vì nó thường đi kèm với sự thiếu tự tin ở người bán hàng và điều đó sẽ được truyền sang khách hàng. Trong thực tế, có thể người bán hàng đã để lộ điều đó qua lời nói hay nét mặt của mình.

Nếu khách hàng có cảm giác (bất kể bằng cách nào) rằng người bán hàng đang tìm cách bán hàng vì lợi nhuận cho bản thân anh ta thì cơ hội bán hàng coi như đã mất. Trong khi đó, một người bán hàng toát lên vẻ thờ ơ và dư dả thông qua hình thức và giọng điệu của anh ta sẽ là một người đóng thương vụ thành công! Lý do thì đã quá rõ.

Một Người Bán hàng Chuyên nghiệp hiếm khi hỏi khách hàng xem họ đã sẵn sàng để kết thúc thương vụ hay chưa. Anh ta luôn đi trước và ngay tại thời điểm tâm lý sẽ tự đưa ra đơn hàng, hành xử như thể vấn đề của thương vụ đã được giải quyết. Việc hỏi người mua xem họ đã sẵn sàng hay chưa là một bằng chứng cho thấy người bán hàng còn nghi ngờ. Nhưng tự thảo ra đơn hàng và đưa tận tay người mua lại cho thấy tâm trạng hoàn toàn tự tin của người bán trong vấn đề này. Người mua thường sẽ làm theo một đề nghị tích cực như thế, dĩ nhiên là khi người bán đã chuẩn bị phần trình bày đúng cách và đã gieo vào tâm trí người mua nỗi khát khao về món hàng đó.

Hãy nhớ rằng trước hết người bán phải kết thúc thương vụ trong

đầu mình. Cả thế giới sẽ đứng sang một bên, nhường chỗ cho người biết rõ mình muốn gì và quyết định phải có được điều đó. Còn với một người chần chừ, và điều đó cho thấy sự thiếu tự tin của anh ta, đám đông sẽ giẫm lên chân anh ta. Khi thời điểm kết thúc thương vụ đã đến, một người còn nghi ngờ sẽ không đề cập đến đơn đặt hàng và gần như chắc chắn sẽ bị từ chối.

Cách đây không lâu, tôi thông báo cho một vài chuyên viên địa ốc rằng tôi muốn mua nhà và mô tả cụ thể nơi tôi muốn sống. Thế là họ xuất hiện "như nấm". Sở dĩ tôi nói họ xuất hiện "như nấm" vì có lẽ trong số đó chỉ có một người hiểu được tâm lý kết thúc một thương vụ. Phần đông họ cho tôi coi các căn nhà trên bản đồ và số lượng đánh giá ưa thích của công chúng. Một số họ còn đưa cho tôi các bản mô tả chi tiết và đề nghị tôi coi qua rồi cho họ biết khi nào tôi muốn đi xem nhà. Làm sao họ biết là lúc đó tôi chưa sẵn sàng?

Không ai trong số họ chủ động mời tôi đi xem nhà ngoại trừ một người. Anh ta nói: "Chúng tôi có một căn tại nơi anh mô tả. Chúng tôi đã giữ nó cho anh từ lâu rồi (nói đến đây anh ta nháy mắt, vẻ hóm hỉnh). Anh lên xe tôi đi, chúng ta sẽ đi coi. Nếu căn đó không vừa ý anh, tôi sẽ đãi anh bữa tối để bù lại. Khi coi chỗ này rồi, anh sẽ không còn muốn đi coi chỗ nào khác nữa. Tôi chắc chắn đó là căn anh cần".

Tới đó thì tôi bắt đầu tin rằng anh này biết rõ mình muốn gì. Anh ta đã khiến tôi làm một việc mà tôi không có ý định làm là đi coi nhà vào ngày hôm đó. Thái độ của anh ta thật tích cực và tự tin đến nỗi trước khi kịp nghĩ ra một lý do gì đó để từ chối thì tôi đã thấy mình ngồi trong xe rồi. Nếu ban nãy mà anh ta tỏ ra chần chừ thì tôi đã hoãn lại đến ngày hôm sau nhưng nhiệm vụ của anh ta là "việc hôm nay chớ để ngày mai" nên tôi đã lên đường trong nháy mắt, còn nhanh hơn cả thời gian kể lại câu chuyện này cho bạn nghe.

Trên đường đi, anh ta mô tả căn nhà chính xác đến từng chi tiết và khiến tôi cảm thấy hài lòng đến nỗi tôi có cảm giác mình đã là chủ căn nhà đó trước khi nhìn thấy nó. Thật lòng mà nói tôi không thể tìm ra điểm nào để thất vọng với căn nhà đó vì anh ta đã gieo vào đầu tôi nỗi khát khao sở hữu nó sâu sắc đến mức tôi hoàn toàn bị anh ta dẫn dắt.

Anh ta mang theo một bản hợp đồng và viết tên tôi lên dòng còn trống trước khi rời căn nhà. Đó là một trong những thương vụ suôn sẻ nhất mà tôi từng thấy. Ngay lúc cảm thấy tôi đã sẵn sàng,

anh ta rút bản hợp đồng ra và đưa cho tôi kèm theo cây bút để ký. Thấy tôi không có gì để tựa bản hợp đồng vào mà ký, anh ta chạy vội đến xe lấy ra một cái cặp tài liệu và nói: "Đây, dùng cái này làm bàn, thưa Đại tướng!". Dĩ nhiên tôi không phải là một đại tướng, nhưng cái danh hiệu đó được phong tặng cho tôi một cách khiêm nhường đến mức tôi không thể phật lòng.

Và thế là tôi đã ký!

Người chuyên viên địa ốc đó không hề đưa cho tôi bất kỳ văn bản nào để đọc qua, thay vào đó là chính căn nhà. Một Người Bán hàng Chuyên nghiệp luôn làm những việc như vậy. Đó là một trong những nét riêng của họ.

Một số "nhân viên bán hàng" khác vẫn thường gửi thư cho tôi. Tôi tự hỏi không biết có căn nhà hay mảnh đất nào được bán chỉ bằng các giấy tờ, hình ảnh như thế không. Người bán hàng biết tận dụng các chiêu trò độc đáo hẳn phải là một người làm công tuyệt vời.

Vài hôm sau sự việc trên, một trong những "nhân viên bán hàng" như thế đến gặp tôi. Anh ta muốn biết tôi đã "quyết định chưa về căn nhà mà tôi tìm trước đây".

"Cầu Chúa phù hộ cho anh," tôi đáp. "Tuy nhiên, có lẽ tôi phải nói rằng mình đã không quyết định mua nó. Thay vào đó, một chuyên gia địa ốc rất giỏi đã quyết định thay cho tôi vào ngày đầu tiên mà anh ta đến gặp tôi và hợp đồng cũng được tiến hành trong ngày hôm đó."

"Tệ thật!", anh ta thốt lên.

"Không," tôi đáp. "Chỉ có tệ cho anh mà thôi chứ đối với tôi thì tốt vì tôi đã tìm được nơi mình cần tìm."

Với vẻ mặt ngờ rằng tôi đang nói đùa, "người bán hàng" lề mề quay lưng bỏ đi mà không nói một lời từ biệt. Rõ ràng anh ta chẳng ưa giọng điệu hài hước của tôi hoặc cho rằng tôi đã nhẹ dạ mua ngay căn nhà trong lần đi xem đầu tiên. Tôi cũng không rõ là do nguyên nhân nào nữa.

Bạn không thể biết một con ếch có thể nhảy bao xa bằng cách đếm mụn cóc trên lưng nó. Chỉ nhìn khách hàng không thôi thì bạn không thể biết được họ có mua hàng của bạn hay không. Hãy lấy sự nghi ngờ làm lợi thế và cho mọi khách hàng cơ hội "nhận được sự phục vụ" trước khi nghĩ rằng mình sẽ không bán được gì cả. Đó

chính là kế hoạch an toàn nhất!

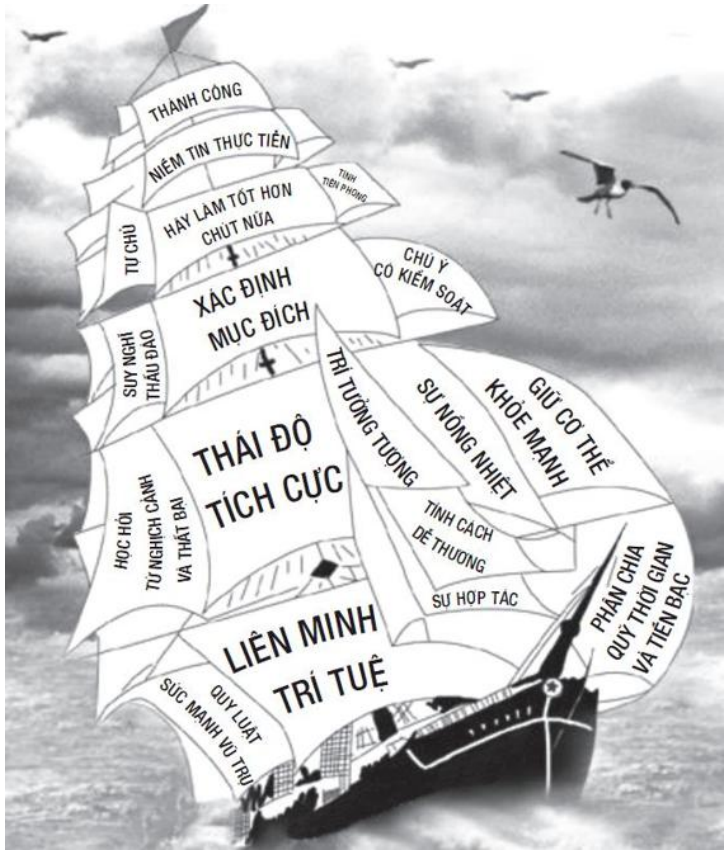
Có một điều rất hiển nhiên là cả người bán lẫn người mua đều phải tỏ ra tự tin trước khi thương vụ có thể được kết thúc. Để đảm bảo cho nhân viên bán hàng phải có được sự tự tin, trong các buổi huấn luyện chúng tôi phải dùng đến một kế hoạch rất đặc biệt ngay từ đầu, Đó là dựng ra các văn phòng "giả" trong đó có những người quản lý "giả" là nhân viên của công ty. Khi biết chắc rằng một nhân viên bán hàng nào đó thiếu tự tin, chúng tôi liệt kê trong danh sách năm khách hàng tiềm năng của họ một viên quản lý "giả". Vị này sẽ "xoay anh ta như chong chóng" nhưng cuối cùng vẫn đồng ý mua hàng của anh ta. Các thương vụ diễn ra êm xuôi và người bán sẽ nhận được tiền hoa hồng. Và hiệu quả của phương pháp này thật không ngờ, đặc biệt là trong những trường hợp của những người chưa bao giờ bán hàng trước đó.

Thường chúng tôi để người bán hàng gọi cho người mua giả cuối cùng, sau khi anh ta đã tiếp cận bốn khách hàng thật. Chúng tôi cũng phát hiện ra rằng người bán hàng sẽ tự tin hơn rất nhiều sau khi bán cho người mua giả ấy, đến nỗi anh ta có thể quay trở lại tiếp cận bốn người đã từ chối ban đầu và kết quả là một vài trong số đó sẽ đồng ý mua hàng mặc dù trước kia đã từ chối anh ta.

Từ những thử nghiệm này chúng tôi đã phát hiện ra rằng sự thành công của thương vụ được quyết định bởi tâm trạng của người bán hàng hơn nhiều so với tâm trạng của khách hàng. Khám phá này rất quan trọng và vẫn đúng cho đến tận ngày nay.

Khi nào thì bạn đóng thương vụ? Lúc bắt đầu, đoạn giữa hay lúc kết thúc? Tất cả ba thời điểm trên đều đúng bởi vì đóng thương vụ phải được thực hiện trong một trình tự suôn sẻ, không bị gián đoạn, và việc chọn thời điểm phụ thuộc vào từng khách hàng khi họ phát ra tín hiệu muốn mua hàng cho bạn.

Tôi có thể tổng kết toàn bộ chủ đề bán hàng này chỉ trong một từ duy nhất. Có một từ nổi bật trên đường chân trời của tầm nhìn mỗi nhân viên bán hàng, như sao Hỏa rực lên mỗi buổi chiều, luôn ở đó để được nhìn thấy, thử thách, vẫy gọi, thôi thúc... Từ đó chi phối tất cả những khả năng tuyệt vời nhất của một nhân viên bán hàng ở khắp mọi nơi và nó là từ mà Edward Bok cho rằng là từ tuyệt vời nhất trong ngôn ngữ.


THÀNH CÔNG
NIỀM TIN THỰC TIỄN
HAY LÀM TỐT HƠN CHÚT NỮA
TỰ CHỦ
TINH TIÊN PHONG
CHÚ Ý CỌ KIỂM SOÁT
XÁC ĐỊNH MỤC ĐÍCH
SUY NGHĨ THẤU ĐÁO
TRÍ TƯỞNG TƯỢNG
GIỮ CƠ THỂ KHỎE MẠNH
SỰ NÓNG NHIỆT
THÁI ĐỘ TÍCH CỰC
HỌC HỎI TỪ NGHỊCH CẢNH VÀ THẤT BẠI
TÍNH CÁCH ĐỂ THƯƠNG
SỰ HỢP TÁC
PHÂN CHIA QUỸ THỜI GIAN VÀ TIỀN BẠC
LIÊN MINH TRÍ TUỆ
QUY LUẬT SỨC MẠNH VŨ TRỤ

# Phụ lục 1
# 17 NGUYÊN TẮC THÀNH CÔNG CỦA CHARLES H. CRANFORD

**Nguyên tắc 1: XÁC ĐỊNH MỤC ĐÍCH**

Xác định Mục đích là điểm khởi đầu để đạt mọi thành tựu.

Đừng như một con thuyền ra khơi mà không có bánh lái, động cơ và phương hướng.

Hãy quyết định xem bạn muốn gì, tìm cách để đạt được điều đó và hành động mỗi ngày để đạt được mục tiêu đó.

Bạn sẽ chỉ nhận được chính xác những gì mình muốn và nỗ lực để đạt được mong muốn đó.

Hãy xác định rõ ngay hôm nay xem bạn muốn điều gì và bắt tay hành động ngay để đạt được điều đó! Hãy làm ngay bây giờ!

Những người thành đạt luôn tự tiến lên nhưng họ biết rõ họ sẽ đi về đâu trước khi khởi hành.

**Nguyên tắc 2: LIÊN MINH TRÍ TUỆ**

Nguyên tắc Liên minh Trí tuệ bao gồm sự kết hợp trí tuệ của từ hai người trở lên để cùng hợp tác làm việc trong sự hài hòa hoàn hảo nhằm đạt được một mục tiêu chung rõ ràng.

Khi hai cái đầu kết hợp với nhau, bao giờ cũng xuất hiện một nguồn lực vô hình thứ ba vốn tương tự như một "cái 1 đầu thứ ba". Khi một nhóm những cái đầu riêng rẽ hợp tác và làm việc chung với nhau một cách hài hòa, năng lượng được tạo ra sẽ tăng lên và phục vụ cho từng cá nhân trong nhóm.

Không ai có thể thành công mãi mãi mà không có người đồng hành.

**Nguyên tắc 3: NIỀM TIN THỰC TIỄN**

Tin tưởng là một trạng thái trí tuệ có thể phát triển khi bạn điều chỉnh tâm trí của bạn để đón nhận Trí tuệ Vô biên.

Niềm tin thực tiễn là hình thức điều chỉnh năng lượng nhận được từ Trí tuệ Vô biên cho phù hợp với mục đích chính xác định.

Cả sự nghèo khổ lẫn giàu có đều là sản phẩm của tư tưởng.

Khi niềm tin đi liền với suy nghĩ, tiềm thức sẽ nắm bắt rung động đó ngay lập tức, chuyển nó thành một dạng thức tinh thần tương đương và phát tín hiệu đến Trí tuệ Vô biên. Niềm tin là nhịp cầu duy nhất có thể giúp khai thác và sử dụng sức mạnh vũ trụ của Trí tuệ Vô biên.

Bạn sẽ làm được nếu bạn tin rằng mình làm được.

**Nguyên tắc 4: HÃY LÀM TỐT HƠN CHÚT NỮA**

Hãy phục vụ nhiều hơn và tốt hơn những gì người ta trả công cho bạn, chẳng sớm thì muộn bạn sẽ nhận được khoản lợi nhuận kép từ những gì mình đã đầu tư. Bởi vì chắc chắn là mỗi hạt giống từ những dịch vụ hữu ích mà bạn làm cho người khác sẽ nảy mầm thành vô số quả ngọt cho bạn gặt hái.

Hãy tập trung vào công việc của bạn và dùng hết khả năng lẫn năng lượng của bản thân.

Bạn có thể giúp đỡ ai? Bạn có thể giúp đỡ họ như thế' nào?

Tất cả những điều đó không hề tốn tiền chút nào cả...

Tất cả những gì chúng đòi hỏi ở bạn chỉ là sự khéo léo và một khát khao mãnh liệt được phục vụ tận tụy, hết mình. Việc giúp người khác giải quyết vấn đề của họ sẽ giúp bạn giải quyết vấn đề của chính mình.

Những người thành đạt nhất chính là những người phục vụ cho nhiều người nhất.

**Nguyên tắc 5: TÍNH CÁCH DỄ THƯƠNG**

Một tính cách dễ thương bao gồm mọi phẩm chất đáng yêu, dễ

làm vừa lòng người khác của bất kỳ một người nào đó.

Hãy tin ở bản thân bạn, trước tiên và nhiều nhất!

Bạn tin mình là một người như thế nào thì sẽ là như vậy.

Những thái độ mà bạn chuyển đến mọi người nói lên con người bạn nhiều hơn mọi lời bạn nói và diện mạo của bạn.

Sự nồng nhiệt xuất phát từ bên trong con người.

Bạn có thể thể hiện sự nồng nhiệt thông qua suy nghĩ, cảm xúc và những tình cảm.

Có tính cách dễ thương là một điều cần thiết để làm vui lòng bạn và người khác.

**Nguyên tắc 6: TÍNH TIÊN PHONG**

Tính tiên phong của một người cũng giống như bộ phận đánh lửa của một chiếc xe.

Đó chính là sức mạnh khởi sự mọi hành động.

Đó chính là sức mạnh đảm bảo cho việc hoàn thành bất cứ việc gì mà bạn đã khởi đầu.

Tính tiên phong chính là sức mạnh nội tại giúp khởi sự mọi hành động.

Nó chính là cỗ máy phát điện đã biến chuyển những gì bạn tưởng tượng trong tâm trí thành hành động và động viên bạn hoàn thành những gì đã khởi sự.

Tiên phong chính là hình thức tự động viên của bản thân.

Người chủ của hôm nay thường là người làm thuê hôm qua, đó chính là người đã tìm thấy cơ hội chờ đợi mình ở cuối con đường.

**Nguyên tắc 7: THÁI ĐỘ TÍCH CỰC**

Thái độ tinh thần chính là phương tiện giúp bạn cân bằng cuộc sống và các mối quan hệ với mọi người và mọi hoàn cảnh - để thu hút những gì bạn khát khao.

Tất cả chúng ta sinh ra đều bình đẳng trước Nguyên tắc Vĩ đại: quyền được kiểm soát suy nghĩ và thái độ tinh thần của bản thân.

Một Thái độ Tinh thần Tích cực chính là tài sản quý giá nhất của cuộc sống... bởi chính nhờ thái độ này mà ta mới đạt được những điều đáng giá.

Hãy nghĩ đến những gì bạn muốn có và xua đi những điều bạn không muốn có. Hãy nhớ câu ngạn ngữ này:

“Hãy cẩn thận khi khát khao, vì chắc chắn những gì bạn khát khao sẽ đến với bạn."

**Nguyên tắc 8: SỰ NỒNG NHIỆT**

Sự nồng nhiệt là một trạng thái của tâm trí.

Nó truyền cảm hứng cho mọi hành động và là cảm xúc dễ lây lan nhất.

Nồng nhiệt là sự kết hợp của năng lượng tinh thần và thể chất, do vậy nó hiếm khi được tìm thấy ở những cơ thể ốm đau.

Một cơ thể khỏe mạnh bắt đầu từ việc có ý thức chăm sóc và duy trì sức khỏe, cũng giống như một nền kinh tế hùng mạnh khởi đầu từ ý thức làm giàu.

Để trở nên nồng nhiệt trong cuộc sống, hãy hành động một cách nồng nhiệt!

**Nguyên tắc 9: TỰ CHỦ**

Tự chủ hay tự kiểm soát có nghĩa là tự làm chủ lấy suy nghĩ của bạn.

Sức mạnh của suy nghĩ là điều duy nhất mà con người có thể kiểm soát trọn vẹn.

Chúng ta có sức mạnh tự quyết - sức mạnh chọn lấy những suy nghĩ, hành động của chúng ta.

Nếu bạn có thể điều khiển suy nghĩ và kiểm soát tình cảm của bạn, bạn sẽ sắp xếp được số phận của mình.

Hãy đảm đương lấy cuộc đời của chính mình. Bạn chính là những gì bạn nghĩ!

Hãy điều khiển suy nghĩ, kiểm soát cảm xúc và sắp xếp lấy số phận của bạn!

**Nguyên tắc 10: SUY NGHĨ THẤU ĐÁO**

Suy nghĩ thấu đáo liên quan đến hai vấn đề nền tảng.

Thứ nhất, bạn phải biết gạn lấy dữ kiện thuần túy là thông tin.

Thứ hai, bạn phải chia các dữ kiện đó thành hai loại: quan trọng và không quan trọng.

Chỉ có như thế bạn mới có thể suy nghĩ chính xác và thấu đáo được.

Những người suy nghĩ thấu đáo không bao giờ cho phép người khác suy nghĩ thay mình. Bạn có thể thu thập thông tin và lắng nghe ý kiến của người khác nhưng hãy dành cho bản thân đặc quyền quyết định mọi việc.

Sự thật sẽ vẫn là sự thật, cho dù bạn có từ chối chấp nhận, phớt lờ hay không tin vào nó.

**Nguyên tắc: CHÚ Ý CÓ KIỂM SOÁT**

Chú ý có kiểm soát là hành động phối hợp mọi khả năng của tâm trí và hướng sức mạnh kết hợp của nó đến một điều đã được định trước. Đây là một việc mà bạn chỉ có thể làm được khi có tính tự chủ cao.

Hãy học cách tập trung sự chú ý của bạn vào một điều đã được định trước với ý chí mạnh mẽ trong thời hạn tùy thích.

Bạn sẽ khám phá được bí quyết của sức mạnh và sự giàu có!

Đó chính là sự tập trung.

Hãy tập trung tư tưởng vào những điều bạn muốn có và loại bỏ những gì bạn không cần!

**Nguyên tắc 12: TINH THẦN ĐỒNG ĐỘI**

Tinh thần đồng đội là thái độ tự nguyện hợp tác và phối hợp, cùng nhau nỗ lực để đạt được một mục đích chung. Tinh thần đồng đội đồng nghĩa với việc bạn chia sẻ một phần tốt đẹp của bản thân với mọi người!

Tinh thần đồng đội khác với nguyên tắc Liên minh Trí tuệ ở chỗ nó dựa trên nền tảng là sự phối hợp nỗ lực mà không cần đến nguyên tắc Xác định Mục đích hay nguyên tắc Hòa hợp Tuyệt đối

vốn là hai yếu tố thiết yếu của Liên minh Trí tuệ.

Phối hợp đồng điệu là tài sản vô giá mà bạn có thể có được từ sự cho đi.

**Nguyên tắc 13: NGHỊCH CẢNH VÀ THẤT BẠI**

Trong mỗi nghịch cảnh mà bạn gặp phải đều chứa đựng một hạt mầm lợi ích tương ứng. Hãy nhìn nhận điều đó và tin vào điều đó.

Đừng nghĩ gì đến những thất bại trong quá khứ để tâm trí bạn có thể hoạt động trong một Thái độ Tinh thần Tích cực.

Mọi vấn đề đều có giải pháp, và chỉ có bạn mới là người tìm ra chúng!

Nếu bạn hình thành được "thái độ không tin đó là thất bại", bạn sẽ thấy rằng trong cuộc sống không có gì là thất bại cả, trừ khi bạn thừa nhận điều đó. Nếu bạn cho rằng các rắc rối chỉ là những thất bại tạm thời và là những bậc đá để đến thành công, bạn sẽ bắt đầu tin rằng các giới hạn thật ra chỉ tồn tại trong tư tưởng mà thôi.

Hãy nhớ rằng, trong mỗi nghịch cảnh mà bạn gặp phải đều chứa đựng một hạt mầm lợi ích tương ứng.

**Nguyên tắc 14: TẦM NHÌN SÁNG TẠO**

Tầm nhìn sáng tạo là một phẩm chất tư duy chỉ có ở những người có thói quen luôn làm tốt hơn một chút trong mọi việc vì nó không có liên quan đến việc chấm công hay khoản thù lao nhận được, mà mục tiêu cao nhất của nó chính là thực hiện những điều không thể.

Tầm nhìn sáng tạo có liên quan mật thiết và rõ ràng với niềm tin. Do đó, những người có tầm nhìn sáng tạo vĩ đại nhất thường là những người có niềm tin vững chắc trong cuộc sống.

Điều này hoàn toàn hợp lý và dễ hiểu vì niềm tin chính là phương tiện để tiếp cận Trí tuệ Vô biên vốn là cội nguồn của mọi kiến thức và mọi dữ kiện dù lớn hay nhỏ.

Trí tưởng tượng là một công xưởng để tâm hồn nhào nặn các kế hoạch giúp con người đạt những thành tựu trong cuộc sống.

**Nguyên tắc 15: GIỮ CƠ THỂ KHỎE MẠNH**

Hãy xen kẽ làm việc với vui chơi, lao động trí óc với vận động thể

chất, ăn uống và nhịn đói, nghiêm túc và hài hước, bạn sẽ có một cuộc sống mạnh khỏe và hạnh phúc.

Đừng cố tìm cách chữa chứng nhức đầu mà hãy chữa nguyên nhân khiến bạn nhức đầu.

Đối với tất cả những gì bạn sở hữu, dù là vật chất, tinh thần hay tâm linh, hãy sử dụng nó hoặc bạn sẽ mất nó.

Bạn chính là một khối óc được đặt trong cơ thể. Do bộ não kiểm soát cơ thể, bạn phải biết rằng để có một cơ thể mạnh khỏe bạn cần có một Tinh thần Tích cực. Hãy tạo những thói quen thăng bằng, lành mạnh cho sức khỏe trong khi làm việc, vui chơi, nghỉ ngơi, và nuôi dưỡng, nghiên cứu, phát triển và duy trì những thói quen suy nghĩ tích cực. Hãy nhớ rằng tâm trí bạn tập trung vào điều gì thì điều đó sẽ thành hiện thực.

Nếu bạn nghĩ mình ốm đau thì bạn sẽ ốm đau.

**Nguyên tắc 16: PHÂN CHIA QUỸ THỜI GIAN VÀ TIỀN BẠC**

Để sống hiệu quả, con người phải biết phân chia, sắp xếp thời gian của mình. Một người bình thường với quỹ thời gian 24 tiếng mỗi ngày nên chia ra như sau:

8 tiếng để ngủ, 8 tiếng làm việc,

8 tiếng tái tạo và thư giãn, nghỉ ngơi.

Người thành đạt thường biết cách phân chia thời gian, thu nhập, chi tiêu và sống trong giới hạn những gì mình có.

Những người thất bại thường phung phí thời gian và tiền của bất chấp giá trị của chúng.

Hãy cho tôi biết cách bạn sử dụng thời gian rảnh rỗi và cách bạn tiêu xài tiền bạc, tôi sẽ nói cho bạn biết tình trạng mười năm sau của bạn.

**Nguyên tắc 17: QUY LUẬT SỨC MẠNH VŨ TRỤ**

Trật tự của quy luật tự nhiên cho thấy chúng đang được kiểm soát bởi một kế hoạch vũ trụ.

Con người là sinh vật duy nhất có quyền lựa chọn suy nghĩ và hành vi của mình.

Bạn có quyền phá vỡ những thói quen xấu và tạo ra những thói quen tốt theo ý muốn.

Bạn đang ở đúng vị trí của mình và là chính bản thân mình do những thói quen, suy nghĩ và việc làm của chính mình.

# Phụ lục 2

# CHÂN DUNG MỘT SỐ DOANH NHÂN VIỆT NAM

## TRƯƠNG GIA BÌNH NHỮNG GIẤC MƠ TIẾP NỐI GIẤC MƠ

Tháng 4/2013, Đại hội cổ đông thường niên Công ty Cổ phần FPT đã nhất trí bầu chọn chủ tịch Hội đồng quản trị - ông Trương Gia Bình tiếp tục kiêm nhiệm chức Tổng giám đốc. Người sáng lập và giữ vị trí cao nhất của FPT suốt 25 năm qua này quả thật đã khiến mọi người luôn tin tưởng trao trọng trách cho ông.

Trương Gia Bình có gương mặt sáng, nụ cười tươi và một phong thái năng động. Nhưng đó chỉ mới là vẻ ngoài, ông chinh phục người khác còn bằng trí tuệ, năng lực vô cùng đặc biệt. Tư tưởng, sự quyết tâm, tầm nhìn, hành động của ông đã cuốn hút cả một tập thể lớn, họ cùng hướng về một lý tưởng, đồng sức đồng lòng gặt hái từ thành công này đến thành công khác một cách vang dội.

**Một sự nghiệp đáng ngưỡng mộ**

Trương Gia Bình sinh năm 1956 tại Hà Nội, ông tốt nghiệp khoa Toán Cơ, Đại học Tổng hợp Quốc gia Lomonosov (Moscow), Liên bang Nga năm 1979 và bảo vệ luận án Tiến sĩ cũng tại đại học này năm 1982. Năm 1991 ông được nhà nước công nhận danh hiệu Phó Giáo sư.

Sự nghiệp của ông gắn liền với sự phát triển của FPT - một công ty hàng đầu, đại diện tiêu biểu cho sự phát triển về công nghệ thông tin tại Việt Nam. Trong suốt quá trình phát triển của FPT, ông là người tập hợp lực lượng với tầm nhìn xa và luôn đưa ra những định hướng chiến lược quan trọng trong từng giai đoạn để giữ vững sự tăng trưởng vượt bậc của FPT.

Ngày 13/09/1988, ông Trương Gia Bình đã cùng với 12 nhà khoa học khác thành lập Công ty Công nghệ Thực phẩm (Food Processing Technology - viết tắt là FPT). Hai năm sau đó, công ty dấn thân vào tin học, lĩnh vực hoàn toàn mới mẻ lúc bấy giờ. Cái tên FPT vẫn giữ nguyên nhưng thay vào đó là ba chữ Financing and Promoting Technology.

Bằng năng lực xuất chúng, Trương Gia Bình đã lèo lái con thuyền FPT tiến như vũ bão, trở thành công ty tin học số 1 Việt Nam vào năm 1998, sau 10 năm thành lập.

Truong Gia Binh nhận Giải thưởng Nikkei

Tháng 3/2002, sau khi cổ phần hóa FPT, ông trở thành Chủ tịch và Giám đốc điều hành (CEO) của Tập đoàn FPT.

Ngày 13/12/2006, cổ phiếu FPT chính thức niêm yết tại Trung tâm Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh (nay là Sở giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh -HOSE). Cổ phiếu FPT trở thành một cổ phiếu blue chip có sức hút mãnh liệt với giá trị rất cao trên thị trường. Và Trương Gia Bình trở thành một cái tên dẫn đầu trong danh sách những người giàu nhất Việt Nam trên sàn chứng khoán với giá trị cổ phiếu lên tới 2.600 tỷ đồng.

Năm 2010, Trương Gia Bình được bình chọn vào Top 10 nhân vật công nghệ thông tin tiêu biểu của Việt Nam thập kỷ đầu tiên thế kỷ 21.

Năm 2012, Trương Gia Bình được bổ nhiệm vào Hội đồng Quốc gia về Phát triển bền vững và xây dựng năng lực cạnh tranh do Phó Thủ tướng Nguyên Thiện Nhân đứng đầu.

Ngày 22/5/2013, Trương Gia Bình là doanh nhân Việt Nam đầu tiên được Tập đoàn truyền thông Nikkei (Nhật Bản) trao Giải thưởng Nikkei vì những đóng góp của ông cho sự phát triển của

ngành công nghệ thông tin Việt Nam.

**Ý tưởng độc đáo**

Trương Gia Bình trở nên nổi tiếng, giàu có, được nhiều người ngưỡng mộ không phải vì những thành tích đáng nể của ông và FPT, mà chính là cách thức ông làm nên những thành công đó. Thậm chí khi ông đưa ra những ý tưởng rất khó thực hiện, nhưng với cách thuyết phục của mình, người ta vẫn tin rằng ông sẽ làm được.

Năm 1986, một trong những bạn cùng lớp nói với ông rằng ông không thể sống bằng đồng lương của một giáo sư chỉ năm đô - la một tháng và khuyên ông nên đi làm kinh doanh.

Công việc kinh doanh đầu tiên của ông đã tạo ra lợi nhuận 3.800 đô-la nhờ việc mua một lô máy điều hòa không khí cũ và tân trang rồi bán lại. Sau đó, ông cung cấp tất cả các máy tính cho một học viện khoa học và rồi ông không bao giờ dừng lại, ông bắt đầu kinh doanh máy tính và bây giờ ông là nhà phân phối chính của Microsoft và có 14.000 nhân viên phục vụ trong tập đoàn của mình.

Nhắc đến Trương Gia Bình, không thể không nhớ đến 3 ý tưởng làm nên sự khác biệt độc đáo và cũng là kim chỉ nam xuyên suốt sự nghiệp của ông:

Ý tưởng thứ nhất: Đưa chiến tranh nhân dân vào thương trường. Trương Gia Bình thấm nhuần những bài học từ lịch sử đấu tranh bảo vệ Tổ quốc và ông hiểu rằng, chiến thắng đó là nhờ biết dựa vào nhân dân. Ông để tâm học hỏi trực tiếp từ những vị tướng quân đội và sau này tổng kết trong bài "Chiến tranh nhân dân ứng dụng vào quản trị kinh doanh". Ông cho rằng sức mạnh đó là riêng có của người Việt Nam, các quốc gia khác, nền văn hóa khác khó lòng học được.

Ý tưởng thứ hai: Genetic. Trương Gia Bình quan niệm, bất cứ một cái gì trường tồn phải có một cấu trúc hết sức đặc biệt, có thể đặt tên nó là genetic. Thế giới phải nghiêng mình ngưỡng mộ những thương hiệu tồn tại qua hàng trăm năm. Vì sao các doanh nghiệp đó làm được kỳ tích như vậy? Ông nhận ra rằng, đó là nhờ các doanh nghiệp ấy có một bản ngã riêng biệt và bất biến, tồn tại qua nhiều thế hệ lãnh đạo không khác gì tính di truyền.

Khi bắt tay thiết kế hệ thống gen cho FPT, ông không biết phải bắt đầu như thế nào và cũng không nhận được sự đồng tình, tin

tưởng của mọi người. Nhưng ông vẫn kiên định và quyết tâm theo đuổi ý tưởng đó. FPT lúc này có khoảng 350 người, ông liên tưởng đến một dân tộc thiểu số ở Việt Nam và định đi tìm hiểu cách thức tồn tại của họ. Chưa kịp đi, ông lại tìm được một cuốn hương ước và nhận thấy ở đó có nhiều điều mình tìm kiếm. Ông mơ hồ đoán định được phần nào Genetic nhưng vẫn không thiết kế nổi. Cho đến khi FPT xuất khẩu phần mềm sang Ấn Độ, ông bắt đầu nghiên cứu về ISO và nhận thấy sự minh bạch cũng như quy trình rất hoàn chỉnh. Tiêu chuẩn ISO lại có cả biến dị, có cả giai đoạn check, tức là sau một quy trình phải kiểm tra xem có cải tiến được không? Thế là bản thiết kế bộ gen cho FPT đã hình thành.

Ý tưởng thứ ba: Thác số. (Ý tưởng này về sau người ta viết thành những cuốn sách rất nổi tiếng như "Thế giới phẳng"). Trương Gia Bình dự báo rằng sau khi internet ra đời, không sớm thì muộn sẽ có một cuộc lật đổ, thay đổi vị trí các quốc gia trong tương lai. Bởi với sự kết nối internet, sẽ có những dòng chảy thông tin ào ào từ chỗ nhiều đến ít, từ chỗ nhiều tri thức đến chỗ ít tri thức, đồng thời sẽ có dòng chảy công việc theo sau. Ý tưởng thác số thể hiện qua sự thành công của FPT software trên toàn cầu. Và để tiếp "nước" cho dòng thác số, trường Đại học FPT được thành lập để đào tạo đội ngũ lập trình viên có kỹ năng và ngoại ngữ tốt. Tháng 11/2012, Đại học FPT là trường đại học đầu tiên và duy nhất ở Việt Nam được xếp hạng quốc tế 3 sao theo chuẩn QS Stars, một trong ba chuẩn xếp hạng hàng đầu dành cho các trường đại học trên toàn thế giới.

**Hành động táo bạo**

Theo Trương Gia Bình, trên thương trường, không liều lĩnh thì khó có thể "sống" được. Chỉ có điều là liều lĩnh phải đi kèm với quyết tâm và rút kinh nghiệm từ những thất bại.

Năm 1998, sau 10 năm phát triển, FPT trở thành công ty tin học số 1 Việt Nam. Nhưng Trương Gia Bình không dừng lại ở đó và ngủ quên trên chiến thắng. Ông đã đặt ra thách thức mới cho bản thân cũng như FPT: Toàn cầu hóa, với mục tiêu hiện thực là Xuất khẩu phần mềm. Để cho dễ nhớ, ông gói gọn mục tiêu của công ty vào 3 chữ số 5-2-8. Số 5 chỉ 5.000 lập trình viên chuyên nghiệp của FPT vào năm 2005. Số 2 chỉ 200 triệu USD doanh số phần mềm xuất khẩu cũng vào năm đó. Số 8 chỉ giá trị của công ty tại thị trường chứng khoán Nasdaq là 8 tỷ đô-la Mỹ.

Quyết liệt trong thực hiện thể hiện rõ bản lĩnh của ông. Bước thứ nhất, thuyết phục ông Lê Quang Tiến, Phó Tổng giám đốc Tài

chính trước đây, nhân vật đang giữ toàn bộ tiền của FPT chi khoản ngân sách một triệu đô-la Mỹ cho dự án này. Kế đến ông Bình nói chuyện với Lê Thế Hùng, một bộ óc điện tử của FPT, phó tiến sĩ toán lý nhận ngay trách nhiệm xây dựng hệ thống đảm bảo chất lượng ISO 9001 cho toàn bộ các quá trình của FPT, trong đó đặc biệt chú trọng đến quá trình sản xuất phần mềm. Và sau nữa, nhận thấy rào cản về ngôn ngữ chính là điểm yếu của nhân lực Việt, ông Bình đã yêu cầu nhân viên phần mềm đi học các lớp ngoại ngữ nâng cao, các kỳ thi Toefl... và đặc biệt phải giao dịch và báo cáo bằng tiếng Anh. Chính việc này đã khiến cho các nhân viên nhanh chóng sử dụng thành thạo ngoại ngữ.

Khi đã chuẩn bị khá ổn về nội lực, ông Bình đã tiến hành hàng loạt các dự án đặt nền móng cho mục tiêu xuất khẩu phần mềm, nhất là việc táo bạo thành lập chi nhánh ở Ấn Độ, văn phòng tại Mỹ, mở trung tâm đào tạo phần mềm FPT Aptech... FPT nhanh chóng nổi lên trên thị trường phần mềm.

Thành công đến, không chỉ là đem lại nguồn ngoại tệ cho FPT, mà quan trọng hơn, chính sự khởi xướng này đã đặt nền móng cho sự phát triển của ngành công nghiệp phần mềm Việt Nam. Ông Bình cũng chính là người tác động đến việc hình thành chính sách phát triển phần mềm, tạo môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp tham gia. Theo ông Bình, đây chính là thành công lớn nhất của ông nói riêng và FPT nói chung.

Bên cạnh xuất khẩu phần mềm, Trương Gia Bình đưa FPT dấn thân vào nhiều lĩnh vực khác như viễn thông, nội dung số, phân phối và sản xuất một số sản phẩm công nghệ thông tin, viễn thông, xây dựng hệ thống bán lẻ. Trong mỗi lĩnh vực, FPT luôn nỗ lực vươn lên dẫn đầu với chất lượng sản phẩm, dịch vụ tối ưu nhất.

Con đường Trương Gia Bình cũng như FPT chọn chính là công nghệ, vươn tới tầm cao năng suất lao động mới bằng những tri thức mới thông qua công nghệ. Phát huy tối đa khả năng sáng tạo và linh hoạt để nắm bắt những cơ hội mới, nỗ lực ứng dụng và sáng tạo công nghệ trong mọi hoạt động ở mọi cấp là yêu cầu đối với từng nhân viên FPT, hướng tới mục tiêu chung One FPT - Tập đoàn Công nghệ Toàn cầu Hàng đầu của Việt Nam. Cụ thể hơn, mục tiêu chiến lược One FPT năm 2024 là "Phải trở thành Tập đoàn Toàn cầu Cung cấp Dịch vụ Thông minh (Global Leader in Smart Services)".

Để thực hiện mục tiêu chiến lược này, Trương Gia Bình đang có

một nước cờ mới, mà con cờ chính là chú robot thông minh Smartoshin. Ông kỳ vọng, Smartoshin có thể trở thành người giúp việc thông minh trong các gia đình, hỗ trợ bác sĩ tại các bệnh viện, hay là giáo viên tốt hướng dẫn học sinh... Trương Gia Bình vẫn tiếp tục mơ những giấc mơ mới và hiện thực hóa chúng.

**Văn hóa FPT - sức mạnh to lớn**

Trương Gia Bình cho rằng, sự gắn kết và làm nên bản sắc của một dân tộc chính là văn hóa. Đối với doanh nghiệp cũng vậy, cần có một văn hóa riêng. Đây chính là sức mạnh của FPT. Ngay từ buổi khởi đầu, ông đã dày công xây dựng nền văn hóa cho FPT. Văn hóa FPT trước hết là văn hóa ứng xử: Người FPT "Tôn trọng cá nhân - Đổi mới - Đồng đội", lãnh đạo FPT cần "Chí công - Gương mẫu - Sáng suốt". Điểm khác biệt cốt lõi của FPT là chấp nhận mọi người như họ vốn có: cả mặt mạnh, mặt yếu, cả điểm tốt và không tốt. FPT luôn tôn trọng, lắng nghe và tạo điều kiện để mỗi thành viên được là chính mình. Tại FPT, mọi người không phải chỉ đến để làm việc kiếm tiền, mà còn vì lý tưởng bản thân, vì sứ mệnh của công ty. Đồng thời, trong môi trường này, họ không chỉ làm việc, mà còn có những hoạt động khác khiến họ cảm thấy đây là nhà của mình, cộng đồng và không gian sống của mình với những mối quan hệ bạn bè, có những hoạt động vui chơi giải trí, văn nghệ, thể thao... Văn hóa FPT đã giúp cho FPT vượt qua những thử thách và thất bại khắc nghiệt nhất trên thương trường, giúp FPT duy trì và phát triển không ngừng.

**"Theo triết lý người Việt, tôi rất hạnh phúc"**

Nếu nói ông Bình là người tài giỏi trong công việc, thì liệu trong cuộc sống hàng ngày, ông có gì đặc biệt? Ông quan niệm cuộc sống hạnh phúc giống như các biểu tượng trên chiếc trống đồng: một nhà mái cong, một người đàn ông, một người đàn bà, một đứa trẻ, một đấu gạo, trên nóc nhà có một con chim. "Có thể thấy người Việt cổ quan niệm rằng, chúng ta là người hạnh phúc khi có một nơi để ở, có một mái nhà để sống và có gạo để ăn. Nếu thế, tôi thấy mình vô cùng hạnh phúc. Bất kể chuyện gì xảy ra đi chăng nữa, tôi vẫn đã có một gia đình, có người yêu thương mình. Đó chính là nền tảng để tôi tự tin mạo hiểm dấn thân trong kinh doanh" - ông Bình chia sẻ.

Ông Châu, người bạn lâu năm của ông Bình và hiện là Phó Chủ tịch FPT cho biết, ông Bình có một tài năng đặc biệt là khi công ty có vấn đề ông có thể đánh giá thực trạng và chèo lái công ty vào con đường đúng đắn, và đây chính là tài năng thật sự của ông.

Ông Bình kể cho tôi nghe một câu chuyện và qua đó tôi thấy tài năng của ông trong việc đối nhân xử thế. Một lần khi ông tự lái xe đến một sự kiện và lái xe về khi sự kiện này kết thúc thì bị một đám du thủ du thực vây quanh. Ông biết rằng mình đã gặp vấn đề. Ông quan sát đám đông để xem ai là kẻ cầm đầu và tiến đến anh ta, đưa tay ra và nói với anh ta rằng ông muốn tặng cho họ tất cả vật dụng cá nhân của mình, đồng hồ, tiền bạc và tất cả mọi thứ ông có vì ông nhận ra rằng dù ông không làm thế họ vẫn có thể lấy tất cả. Và ông kết bạn với họ, mời họ uống rượu với ông và họ cười nói vui vẻ với ông. Câu chuyện này cho thấy rõ hơn về tính cách ông Bình, cùng với những gì tôi đã đọc về khả năng của ông trong việc tìm hiểu người dân, thị trường và điều chỉnh theo tình hình để ông có thể tiếp tục di chuyển với tốc độ nhanh.

Ông có một cá tính đa diện đầy màu sắc, thu hút người khác bằng sự duyên dáng riêng của mình. Ông cao, đẹp trai và quyến rũ. Tôi không bao giờ cảm thấy vội vã trong các cuộc phỏng vấn và ông dành cho tôi thời gian để hỏi bất kỳ câu hỏi nào tôi muốn. Với ông, một từ quan trọng để thành công là "Sáng tạo". Nếu bạn có nó, bạn có thể làm bất cứ điều gì nhưng nếu không có nó, bạn có thể không làm được gì cả.

"Từ khóa của tôi là Đam mê", ông Bình trả lời ngay lập tức sau khi nghe yêu cầu của tôi "Chỉ dùng một từ duy nhất để nói về sự thành công của mình".

Ông Châu cho biết ông Bình là một nhà lãnh đạo tài năng. Ông khuyến khích mọi người và là người giải quyết các vấn đề khó khăn, nhưng ông không thích công việc điều hành hoạt động hàng ngày của doanh nghiệp. Ông thích những thách thức. Ông đã không dạy chúng tôi cách làm việc, ông dạy chúng tôi làm thế nào để ước mơ.

-Ông dạy họ ước mơ như thế nào? - Tôi hỏi ông Bình.

-Bằng cách chia sẻ niềm đam mê của tôi. Phải có mục đích, mục tiêu và sự kết nối. - Ông Bình trả lời.

Ông muốn cho đi hầu hết tiền bạc của mình vì ông cho rằng khi ông cho đi tiền thì con cái ông có khả năng khao khát và sống một cuộc sống thành công. Ông quan niệm rằng khi ta cho đi tiền của mình, ta sẽ nhận được nhiều nhất, và khi đó đồng tiền sẽ tự nhân lên. Ông kể cho tôi nghe câu chuyện ông đã thu gom quần áo cũ để tặng cho người dân nghèo miền núi. Và giờ đây ông có cả một bộ máy chuyên trách công tác giúp đỡ và chia sẻ với cộng đồng.

"Người trẻ có thể mạo hiểm tất cả mọi thứ kể cả mạng sống. Bây giờ trẻ em không có gì để mạo hiểm. Khi tôi lớn lên, cuộc sống riêng của mình là không có gì; vì vậy chúng tôi đã mạo hiểm tất cả mọi thứ để đạt được thành công."

Đó là lời chia sẻ về động lực thành công của Trương Gia Bình với thế hệ trẻ ngày nay. Và đó cũng là những điều tâm huyết ông mong muốn làm để giúp người trẻ ước mơ và hành động như ông đã từng làm.

Ông Trương Gia Bình trong buổi trò chuyện với tác giả Cranford

**ĐẶNG LÊ NGUYÊN VŨ: VUA CÀ PHÊ VIỆT**

Đặng Lê Nguyên Vũ là một doanh nhân nổi tiếng và thành công khi tuổi đời còn khá trẻ. Tên tuổi của anh gắn liền với cà phê và

những hoài bão, tham vọng vượt xa xuất phát điểm của anh, cũng như khát khao vươn ra tầm thế giới.

Dám nghĩ khác, nghĩ táo bạo với một quyết tâm đi đến cùng để thực hiện ước mơ, Đặng Lê Nguyên Vũ đã khiến mọi người tin rằng, sự sáng tạo của anh đã đưa cà phê lên một tầm vóc mới, đồng thời, cà phê cũng khơi nguồn cho mọi người sức sáng tạo vô biên. Đó là lý do mọi người gọi anh là Vua cà phê.

**Từ cơ sở nhỏ mơ chuyện lớn lao**

Câu chuyện bắt đầu từ một quyết định đã làm thay đổi cuộc đời Đặng Lê Nguyên Vũ: Rời bỏ đại học ngành y, khởi nghiệp thu mua cà phê về rang xay. Trên chiếc xe đạp cà tàng, những ý tưởng đã dần lớn theo những vòng quay bánh xe. Nung nấu trong đầu chàng trai Tây Nguyên này là câu hỏi: Tại sao Việt Nam, mà chủ yếu là Buôn Mê Thuột, nơi có hạt cà phê vào loại ngon nhất thế giới, xuất khẩu cà phê cũng vào hàng đầu thế giới, nhưng giá trị thu về vẫn thấp, nông dân vẫn nghèo? Những nhà xuất khẩu cà phê thô chỉ được hưởng một phần nhỏ, trong khi lượng tiền khổng lồ rót vào túi những hãng chế biến cà phê. Nguyên Vũ nhận ra, chỉ có chế biến cà phê, thì giá trị cà phê mới tăng lên gấp nhiều lần. Điều đó Việt Nam hoàn toàn có thể. Bởi đâu chỉ có hạt cà phê chất lượng, bí quyết rang xay cà phê của Việt Nam, đặc biệt là Buôn Mê Thuột đâu hề kém cạnh nơi nào. Ai đã từng thưởng thức ly cà phê Ban Mê, sẽ chẳng thể quên hương vị nồng nàn, quyến rũ của nó.

Tác giả Cranford và ông Đặng Lê Nguyên Vũ

Phải làm cái gì đó khác, để thay đổi những thói quen cũ, nhưng lại phù hợp với xu hướng phát triển. Đó chính là tầm nhìn. Đặng Lê Nguyên Vũ đã có một nhận thức và tầm nhìn xa rộng về cà phê

Việt Nam. Nhưng bắt đầu từ con số không, không thể trách nhiều người cho rằng anh không tưởng, viển vông. Nhưng anh vẫn quyết tâm, bởi anh nhìn thấy con đường. Và anh có sức sáng tạo không giới hạn chảy trong huyết quản.

Đặng Lê Nguyên Vũ đã đặt một cái tên khởi đầu sự nghiệp của mình, mà nghe qua ai cũng thấy "ngông": "Hãng cà phê Trung Nguyên". Chữ "Hãng", trong tiếng Việt, và trong giới kinh doanh, phải là một cơ sở to tát, chứ không thể là một căn nhà nhỏ ọp ẹp và chiếc máy rang xay cà phê cũ kỹ công suất thấp. Nhưng không lâu sau đó, cà phê Trung Nguyên vượt ra khỏi ranh giới Đắk Lắk, và làm một cuộc đổ bộ rầm rộ, nhanh chóng đến Sài Gòn năm 1998 qua phương thức nhượng quyền thương hiệu. Đây là cách mở rộng kinh doanh hiệu quả nhất bởi nó huy động được nguồn lực từ nhiều người khác để lớn mạnh, tạo thành một sức mạnh tổng hợp. Những năm của thập kỷ 90 thế kỷ trước, xuất hiện ở đâu, những quán cà phê Trung Nguyên cũng có sức hút mãnh liệt với dân ghiền cà phê.

Đâu chỉ có thế, cà phê Trung Nguyên còn dẫn dắt những người thưởng thức cà phê đến với những cảm thức mới về cà phê. Với việc tạo ra những loại cà phê khác nhau, hương vị khác nhau một cách tinh tế, Đặng Lê Nguyên Vũ đã khiến khách hàng có thể tự biến mình trở thành người sành điệu về cà phê qua việc phân biệt sự khác nhau trong từng hương vị của cà phê.

Tháng 2/2012, Đặng Lê Nguyên Vũ lần đầu tiên được vinh danh là "Vua cà phê Việt" một cách chính thức trên tờ tạp chí uy tín National Geographic Traveller và tháng 8/2012, tạp chí Forbes nhắc lại danh hiệu này với lời ca ngợi "zero to hero" (nhân vật từ vô danh thành anh hùng).

Cà phê Trung Nguyên đã được Bộ Ngoại giao Việt Nam chọn làm Đại sứ ngoại giao văn hóa và làm quà tặng các nguyên thủ quốc gia.

**Nâng tầm vóc cà phê Việt**

Đau đáu trong lòng Đặng Lê Nguyên Vũ vẫn là làm sao để đưa cà phê Việt Nam lên vị trí xứng đáng trên thị trường thế giới.

Để thực hiện khát vọng lớn lao này, anh không ngừng học hỏi, đúc kết từ những bí quyết xây dựng thương hiệu cà phê của các nước khác, các hãng cà phê hàng đầu khác trên thế giới để mang về những cách thức chế biến cà phê ngon nhất. Anh tìm ra điểm hạn chế của cà phê Việt Nam và đệ trình Chính phủ các kế hoạch dài hạn, các dự án phát triển ngành cà phê Việt Nam, trong đó phần quan trọng là giúp đỡ nông dân trồng cà phê từ khâu canh tác đến thu hoạch và tiêu thụ, hướng đến mục tiêu đưa ngành cà phê Việt Nam đạt 20 tỷ USD/năm. Giấc mơ đưa Đắk Lắk trở thành "Thiên đường cà phê", "Thánh địa cà phê toàn cầu" nghe thật to tát, nhưng với Đặng Lê Nguyên Vũ, ước mơ - khao khát - hành động chưa bao giờ là những điều không tưởng. Với anh, ước mơ phải thật lớn, khao khát phải cháy bỏng và thực hiện chúng với niềm tin mãnh liệt bằng tất cả sức mình và theo đường lối cấp tiến khoa học. Đặc biệt là trong những giấc mơ thành đạt của anh luôn có lòng tự tôn dân tộc và tình yêu thương vô bờ bến với những người dân cùng đồng hành với mình. Chính vì vậy, trong kế hoạch thực hiện của anh phải tiến hành đồng thời cả ba quy trình: Khoa học - Văn hóa - Tâm linh. Nghĩa là, trồng cà phê theo lối tự nhiên, không độc hại, gây tổn thương môi trường; thu hoạch, chế biến theo tiêu chuẩn tiên tiến, cùng với việc tổ chức các lễ hội cà phê, lễ hội cồng chiêng, tôn vinh những sáng tạo trong lĩnh vực cà phê và xây dựng những biểu tượng, niềm tin trong một thế giới đang khủng hoảng.

"Tôi có 3 mục tiêu lớn trong đời:

Đưa ngành cà phê Việt Nam đạt 20 tỷ USD/năm và đưa Trung Nguyên ra toàn cầu.

Xây dựng học thuyết cà phê - sáng tạo có trách nhiệm. Học thuyết này xuyên qua tất cả tôn giáo, dân tộc, chính trị để đến với tất cả mọi người.

Xây dựng hoài bão lớn cho dân tộc, đua tranh với những nước hùng mạnh nhất.'

**Đặng Lê Nguyên Vũ**

Viễn cảnh này thu hút sự chú ý và ngưỡng mộ của nhiều người, cả trong và ngoài nước Việt Nam. Nhiều chuyên gia đến hợp tác với Trung Nguyên đã thốt lên rằng, không ngờ Việt Nam lại có ý tưởng táo bạo đến vậy!

Đặng Lê Nguyên Vũ vẫn đang từng ngày thực hiện giấc mơ của mình. Làng cà phê Trung Nguyên ra đời là một trong những công trình hiện thực hóa cho ý tưởng "Thiên đường cà phê" trong một phạm vi nhỏ. Đặng Lê Nguyên Vũ đã tạo ra một không gian đậm chất cà phê, để mọi người không chỉ thưởng thức những giọt cà phê sóng sánh mà còn được thư giãn trong sự kết hợp hài hòa giữa thiên nhiên và kiến trúc độc đáo, được hiểu thêm về cà phê cũng như văn hóa Tây Nguyên với các hiện vật tại bảo tàng.

**Bản sắc cà phê, Trung Nguyên, và bản sắc "Vũ"**

Tạp chí National Geographic Traveller và tạp chí Forbes đã tôn

vinh Đặng Lê Nguyên Vũ là "Vua cà phê Việt". Đó là một danh hiệu xứng đáng dành cho anh. Anh sống và gắn bó với cà phê từng hơi thở, từng nỗi đau đáu, đi tìm con đường phát triển, xây dựng thương hiệu và bản sắc riêng cho cà phê Việt nói chung và Trung Nguyên nói riêng. Không hề quá khi nói rằng, sự xuất hiện của Đặng Lê Nguyên Vũ đã đánh thức cà phê Việt, làm cho tầm vóc cà phê lớn lên, có sức sống, có hồn. Anh trăn trở đi tìm và xây dựng học thuyết về cà phê, khơi dậy văn hóa cà phê. Giờ đây người ta có thể thấy ngày càng rõ nét diện mạo của cà phê Việt, bản sắc cà phê Việt và tầm ảnh hưởng của cà phê trong tâm thức, đời sống của người dân Việt cũng như thế giới.

Tháng 11/2012, Đặng Lê Nguyên Vũ là người châu Á duy nhất được mời tham dự hội thảo "Thiết lập chương trình nghị sự quốc tế" tổ chức tại Lucerne (Thụy Sĩ) và gây kinh ngạc khi khẳng định "học thuyết cà phê" sẽ thay thế các học thuyết đã gãy đổ. Tham luận của anh đã được đăng trên cuốn Báo cáo chỉ số hòa bình toàn cầu 2012 và Báo cáo trách nhiệm xã hội doanh nghiệp toàn cầu 2012.

Sự kiện này hỗ trợ cho chiến lược mà Đặng Lê Nguyên Vũ đã dành bao tâm huyết, đó là chinh phục thị trường thế giới, để Việt Nam nói chung và Trung Nguyên nói riêng sẽ là thương hiệu cà phê hàng đầu thế giới! Nếu bạn muốn là người dẫn đầu, hãy cạnh tranh với những người dẫn đầu vì chỉ cần chiến thắng họ, bạn chắc chắn là người dẫn đầu - đó chính là con đường mà Vũ vạch ra và theo đuổi để đạt mục tiêu của mình.Trên con đường ấy, Trung Nguyên đang tiến vào thị trường Mỹ với những bước đi vững chắc, lấy châu Á là thị trường nội địa của mình và tâm điểm bệ phóng là Singapore.

**Giá trị cốt lõi:**

Khát vọng lớn

Tinh thần quốc gia, tinh thần quốc tế

Không ngừng sáng tạo đột phá

Thực thi tốt

Tạo giá trị và phát triển bền vững

Gần đây, Trung Nguyên đã thay đổi và làm mới hình ảnh của mình qua việc làm mới những quán cà phê. Không đơn thuần là một quán cà phê bình thường mà là một không gian cà phê đậm

chất hơn, đẳng cấp hơn với những hạt cà phê thơm ngon, chiếc máy rang xay tại chỗ, những hình ảnh và thông tin phong phú về cà phê. Hướng đi này cho thấy Trung Nguyên vẫn tiếp tục khẳng định một con đường đi riêng, với bản sắc độc đáo, với sự sáng tạo không ngừng nghỉ, đem lại nguồn cảm hứng sáng tạo cho mọi người khi đến với cà phê Trung Nguyên. Nhìn vào hệ thống quán cà phê màu sắc mới mẻ này, người ta có thể thấy chiến lược cạnh tranh của Trung Nguyên cũng như của Đặng Lê Nguyên Vũ rất bình tĩnh, tự tin trước người khổng lồ Starbucks. Trong khi người ta lo ngại Trung Nguyên sẽ bị Starbucks nhấn chìm thì Đặng Lê Nguyên Vũ đã chỉ ra sự khác biệt giữa Trung Nguyên và Starbucks. Trung Nguyên là cà phê. Starbucks không có bản sắc của cà phê, mà là một thương hiệu "fast foods". Với bản sắc riêng, Trung Nguyên vẫn chinh phục thị trường nội địa một cách thuyết phục.

Một không gian của cà phê Trung Nguyên

Những thành công của Trung Nguyên là thành quả của Đặng Lê Nguyên Vũ. Điều đó quá rõ. Có thể nhiều người cho Vũ là lập dị, kỳ quặc, khác thường... nhưng không thể phủ nhận rằng anh là một nhà lãnh đạo tài giỏi. Nếu không nghĩ lớn, sẽ chẳng thể bắt đầu một điều gì lớn lao. Nếu không quyết tâm thực hiện những mục tiêu lớn, vội vàng bỏ cuộc khi thử thách không chỉ là những chướng ngại vật trên đường đi mà còn là sự không ủng hộ của nhiều người, thì sẽ chẳng bao giờ đi đến đích. Có những lúc người ta thấy Đặng Lê Nguyên Vũ đơn độc trên hành trình của mình, hoặc may mắn thì có vài người ủng hộ, nhưng anh vẫn tiến về phía trước. Anh có một niềm tin, có lập luận sắc bén về những gì mình đã chọn. Không ít lần anh thất bại, nhưng không bao giờ bỏ

cuộc. Anh đã biến thất bại thành những bài học kinh nghiệm quý giá để rồi tìm ra một hướng đi khác, một cách thức khác để đi tiếp đến thành công.

Trong mỗi công việc, mỗi vấn đề, Đặng Lê Nguyên Vũ luôn tìm rõ ngọn nguồn, bản chất cốt lõi và tìm cách giải quyết từ gốc. Chính vì vậy mà những bước đi của anh rất vững chắc. Có một điều không thể không nói đến, đó là trong trái tim anh, khối óc anh luôn là những suy nghĩ táo bạo, lớn lao, nhưng cách thức thực hiện của anh ngày càng cân nhắc hơn, dựa trên nền tảng và những nguồn lực tốt hơn để đạt được những thành quả vững chắc hơn. Đặng Lê Nguyên Vũ đã đạt đến độ chín với sự từng trải, chiêm nghiệm và sâu sắc đến đáng nể phục. Ở người đàn ông mới ngoài tứ tuần này không chỉ có một sức hút kỳ lạ khiến người khác cuốn theo anh, mà quan trọng hơn là anh có một sức lan tỏa, ảnh hưởng mãnh liệt.

**Sứ mạng với thế hệ trẻ**

Đặng Lê Nguyên Vũ chẳng hề giấu giếm bí quyết thành công của mình. Trái lại, anh còn đặt rất nhiều kỳ vọng ở thế hệ trẻ kế tiếp và tin rằng mỗi người đều có thể trở thành những con người tài giỏi. "Mọi công dân đều có quyền nghĩ lớn", anh nói.

Nguyên Vũ chia sẻ: "Tôi tự thấy mình có sứ mệnh với thanh niên Việt Nam, mong muốn họ tin rằng những gì tôi có thể làm được, họ cũng làm được". Anh muốn mình là nguồn cảm hứng để khơi dậy sức mạnh ở họ. Bản thân anh, xuất phát điểm thấp, một hành trình dài đầy thử thách, nhưng anh đã làm được, và tiếp tục làm hơn thế nữa. Các bạn trẻ hoàn toàn có thể tin tưởng ở anh, và họ sẽ có một sự nghiệp như thế hoặc hơn thế nếu thật sự dám dấn thân.

Đặng Lê Nguyên Vũ khẳng định, rất nhiều thanh niên Việt Nam có thể có mộng làm giàu, dám nghĩ, dám làm. Nhưng điều đó chưa đủ. Phải biết cách để thực hiện nữa: "Nếu không ước mơ, làm sao có hiện thực? Nếu không hành động, đừng mong có thành quả". Và công thức thành công của anh là: (1) Phải có ước mơ lớn, (2) Lựa chọn đúng lĩnh vực và (3) Giải quyết vấn đề một cách thông minh. Chính nhờ yếu tố thứ 3 này mà những ước mơ lớn của Đặng Lê Nguyên Vũ không hề viển vông mà đang dần trở thành hiện thực khiến nhiều người khâm phục. Nghĩ được, làm được, còn gì tuyệt vời hơn thế nữa!

Đặng Lê Nguyên Vũ đã bắt đầu việc "truyền lửa" đến thanh niên

bằng việc tặng hàng triệu cuốn sách "Nghĩ giàu Làm giàu" của Napoleon Hill cho thanh niên cả nước. Anh tin rằng có những cuốn sách sẽ làm thay đổi cuộc đời, và "Nghĩ giàu Làm giàu" là một cuốn sách như vậy.

## NGUYỄN MINH TUẤN: ĐẲNG CẤP CHẤT LƯỢNG LÀM NÊN SỰ GIÀU CÓ

Năm 2012, Nguyễn Minh Tuấn đã được UBND TP.HCM vinh danh là một trong những Doanh nhân Sài Gòn tiêu biểu. Người đàn ông có vẻ ngoài lịch lãm, hòa nhã này đã đóng góp không nhỏ cho nền kinh tế TP.HCM từ khi là một người thợ đến một doanh nhân thành đạt.

Từ sự kiên trì theo đuổi ước mơ, đam mê nghề nghiệp và sự sáng tạo, đổi mới không ngừng, Nguyễn Minh Tuấn đã xây dựng thành công thương hiệu Kềm Nghĩa, nâng vị thế của một ngành nghề lên một đẳng cấp mới, với chất lượng và tính thẩm mỹ cao.

Nguyễn Minh Tuấn nhận giải thưởng Sao Vàng Đất Việt nhiều năm liền từ năm 2005-2010.

Thương hiệu Kềm Nghĩa được bình chọn là Hàng Việt Nam chất lượng cao 12 năm liền, lọt vào Top 100 thương hiệu mạnh nhất quốc gia, Thương hiệu mạnh Việt Nam.

### Ước mơ cháy bỏng của chàng thợ mài kềm

Cơ duyên đưa Nguyễn Minh Tuấn đến với nghề thợ kềm rất đơn giản: Tuấn có một người chị mở tiệm làm móng, muốn có người mài kềm. Hồi đó ở Sài Gòn chỉ có hai người mài kềm là ông Sáu Chợ Thiếc và ông Năm Sài Gòn. Nguyễn Minh Tuấn đã học cách

thức kinh doanh từ ông Năm Sài Gòn và kỹ thuật mài kềm từ ông Sáu Chợ Thiếc. Hai con người này rất khác nhau. Ông Sáu Chợ Thiếc tay nghề cao hơn ông Năm Sài Gòn, nhưng tủ đồ của ông xập xệ, cáu bẩn, ông lại ở trần vật lộn với cây kềm. Trong khi đó, ông Năm Sài Gòn luôn mặc sơ mi trắng ủi phẳng phiu. Bên cạnh là cô con gái làm nhiệm vụ thư ký, vừa ghi chép sổ sách, vừa phát số thứ tự cho khách hàng. Ông luôn trọng chữ tín và làm hài lòng khách hàng. Vì vậy mà ông giàu lắm, con ông đều có xe hơi riêng.

Với nhận thức và tư duy nhạy bén, Nguyễn Minh Tuấn sớm nhận ra vấn đề của mình. Anh yêu nghề mài kềm, và muốn trở thành một người thợ giỏi. Nhưng anh cũng mộng làm giàu từ nghề này. Và anh thấy hai ước muốn đó không có gì mâu thuẫn. Khi quan sát những người Hoa sinh sống ở Chợ Lớn, anh thấy họ thành công nhờ làm thương mại giỏi trên nền tảng là những sản phẩm do chính họ sản xuất. Từ đó anh hiểu rằng, để thành công, anh phải làm ra được sản phẩm có chất lượng và bán được sản phẩm đó.

Sau vài năm học việc, anh mở một cửa hàng nhỏ, mài kéo cắt móng tay, bán các dụng cụ làm móng và chăm sóc tóc. Tuy chăm chỉ làm việc nhưng nguồn thu rất hạn chế. Sau 3 năm, anh nhận ra rằng mình phải thay đổi, nếu chỉ dựa vào công sức mài kềm và kinh doanh nhỏ lẻ thì không thể ổn định cuộc sống, huống gì lớn mạnh. Anh giao cho vợ trông coi cửa hàng để anh tập trung suy nghĩ tìm hướng đầu tư sản xuất. Đến năm 1992, Nguyễn Minh Tuấn đầu tư xây dựng xưởng sản xuất với số vốn chỉ vài chục triệu đồng và quy mô diện tích khoảng 300 m2.

Lúc này anh làm sản phẩm theo các mẫu mã của nước ngoài, gắn tên nước ngoài nhằm đáp ứng yêu cầu trước mắt của thị trường. Bên cạnh đó, anh gắn thương hiệu "Nghĩa Sài Gòn" cho các sản phẩm bán tại cửa hàng của mình. Đây chính là cái nền đầu tiên để anh từng bước xây dựng thương hiệu, dần dần loại bỏ những sản phẩm mang tên nước ngoài. Người ta bắt đầu thích sản phẩm "Kềm Nghĩa" không chỉ bởi chất lượng, mà còn nhờ bao bì bắt mắt và có thể dùng thử sản phẩm trước khi mua. Chính điều này thể hiện cam kết của Kềm Nghĩa về chất lượng từ ngày đầu khởi nghiệp đến nay.

**Cuộc chinh phục thị trường**

Giờ đây, sản phẩm của anh đã thống lĩnh thị trường nội địa và có mặt trên hơn hai mươi nước khác ở châu Á, châu Âu và Mỹ. Điều đáng kinh ngạc là anh chiếm lĩnh được cả thị trường Trung Quốc,

nơi mà thứ gì cũng rẻ nhất thế giới, và cả Đức, Thụy Sĩ - những xứ sở nổi tiếng nhất thế giới về chất lượng và thương hiệu. Anh mỉm cười giải thích: "Tôi bán kềm cắt móng tay của mình với giá gấp bốn lần so với những người Trung Quốc vì kềm của tôi sắc hơn của họ, và thấp hơn 50% giá so với Đức và Thụy Sĩ tuy chất lượng bằng 80% của họ - kềm của tôi không bền bằng của họ nhưng lại bén hơn. Đó là bí mật của tôi".

Anh bồi hồi nhớ lại thuở ban đầu khi làm ra những chiếc kềm đầu tiên, Tuấn đem chúng đến các cửa hàng làm đẹp. Tuy nhiên, anh không được hoan nghênh. Mặc dù vậy, Nguyễn Minh Tuấn không nản chí. Anh tin rằng, nhất định sẽ có lúc nào đó sản phẩm của mình được chấp nhận, đó chính là lúc sản phẩm đáp ứng được yêu cầu của họ. Anh tìm tòi, nghiên cứu để nắm bắt được nhu cầu, thị hiếu của khách hàng, thậm chí là tìm ra được cái hạn chế của những sản phẩm có mặt trên thị trường để hoàn thiện sản phẩm của mình. Đây cũng chính là yếu tố tạo lợi thế cạnh tranh, vượt lên trên những đối thủ của mình. Nguyễn Minh Tuấn nhận thấy, sản phẩm của Trung Quốc giá rẻ nhưng chất lượng kém, vì vậy không đáp ứng được nhu cầu của những người thợ chuyên nghiệp. Anh lập tức xác định hướng đi của mình là đây. Dù cho giá bán sản phẩm của Kềm Nghĩa đắt gấp nhiều lần so với hàng Trung Quốc, nhưng lại được những người thợ chuyên nghiệp chấp nhận, bởi nó đáp ứng được những yêu cầu: thép tốt, chốt khéo và sắc bén.

Nguyễn Minh Tuấn và tác giả Cranford

Thời cơ đến với Nguyễn Minh Tuấn khi nhu cầu thị trường tăng lên đáng kể do mỗi một người đều muốn có bộ dụng cụ cắt móng riêng nhằm đảm bảo ngăn chặn việc lây lan bệnh AIDS qua việc sử

dụng bộ cắt móng chung. Nguyễn Minh Tuấn đã nhắm đến đối tượng khách hàng cá nhân, và anh đã nhanh chóng đưa sản phẩm trở nên phổ biến rộng rãi. Bằng hệ thống phân phối và bán lẻ chuyên nghiệp, Kềm Nghĩa đã chiếm lĩnh 80% thị phần tại Việt Nam. Hiện công ty có hơn 120 đại lý, và xuất hiện khắp hầu hết các siêu thị, chợ, cửa hàng bán vật dụng chăm sóc móng, làm đẹp. Thương hiệu Kềm Nghĩa trở thành thương hiệu mạnh nhất trong lĩnh vực của mình với sự khác biệt và nổi trội.

Mọi tấm huy chương đều có 2 mặt. Với khao khát làm giàu và dành trọn tâm huyết để theo đuổi mục tiêu của mình, Nguyễn Minh Tuấn lao tâm khổ tứ rất nhiều, tinh thần và thể chất đôi khi bị vắt kiệt. Anh đã từng bị stress liên miên.

Rất may, anh đã tìm ra phương thuốc tự cân bằng cho bản thân: chơi thể thao. Nhờ đó mà chúng ta luôn nhìn thấy một doanh nhân Nguyễn Minh Tuấn có phong thái năng động, lịch lãm với nụ cười hòa nhã và thân thiện.

Không những chỉ chú trọng vào chất lượng của sản phẩm, Nguyễn Minh Tuấn sớm nhận ra giá trị cần được đưa vào sản phẩm: tính thẩm mỹ. Mặc dù đây là một sản phẩm cơ khí, nhưng để phục vụ nhu cầu làm đẹp, chúng cần phải có tính thẩm mỹ để tạo ra cảm hứng ở người sử dụng. Giỏi nghề, khéo tay và hiểu rõ yêu cầu khách hàng nhờ tích lũy kinh nghiệm từ hồi làm thợ mài kéo giúp anh tự tay thiết kế những mẫu kềm và các dụng cụ làm đẹp khác mềm mại, uyển chuyển, rất thân thiện, tạo sự thoải mái tối đa khi sử dụng. Bản thân những người sử dụng trực tiếp sản phẩm của Kềm Nghĩa cũng cảm thấy được trân trọng, nâng niu và hài lòng. Nhờ vậy, Kềm Nghĩa đã góp phần giúp người phụ nữ trở nên tự tin, quyến rũ, hạnh phúc và thành đạt hơn trong cuộc sống.

**Sáng tạo và khác biệt**

Thành công của Nguyễn Minh Tuấn xuất phát từ một nguyên tắc rất đơn giản. Trước tiên, phải có một mong muốn lớn và không bao giờ từ bỏ mong muốn này. Kế tiếp, phải nuôi dưỡng mong muốn đó và làm tất cả mọi thứ để nó trở thành sự thật.

Ngay từ khi khởi nghiệp là một anh thợ mài kềm trình độ học vấn thấp, tay nghề còn non nớt, anh đã nung nấu một ước mơ, một khát khao cháy bỏng là trở thành một người chủ trong nghề này. Dẫu cho trải qua nhiều khó khăn của buổi đầu, anh vẫn không hề thay đổi sự lựa chọn của mình, vẫn kiên trì theo đuổi mục tiêu,

tìm ra con đường đi riêng, có thể vượt qua những đối thủ cạnh tranh bằng những ưu thế đặc biệt, vượt trội do mình tạo ra. Anh đã dày công nghiên cứu, quan sát và phân tích rõ ngọn nguồn các vấn đề kỹ thuật và thương mại của lĩnh vực mà mình theo đuổi, tìm ra những khe cửa hẹp, những yếu điểm của thị trường, những nhu cầu thật sự của người tiêu dùng.

Để đạt đến chất lượng cao nhất, Nguyễn Minh Tuấn đã xác định công nghệ là then chốt. Anh đầu tư những trang thiết bị hiện đại, dây chuyền công nghệ khép kín và được quản lý bằng hệ thống chất lượng ISO. Bên cạnh đó, anh cũng quy tụ những con người có nhiều kinh nghiệm, luôn phát huy tinh thần học hỏi, tư duy sáng tạo, góp phần quan trọng trong việc đưa ra thị trường những sản phẩm tinh vi về kỹ thuật, sắc sảo về kiểu dáng nhằm thỏa mãn cao nhất thị hiếu của khách hàng.

Truong Gia Binh nhận Giải thưởng Nikkei

Không chỉ sáng tạo và thay đổi mẫu mã để các sản phẩm kềm cắt móng ngày càng hoàn thiện, Nguyễn Minh Tuấn còn xem việc đa dạng hóa sản phẩm là một chiến lược lâu dài. Đây sẽ là việc để Kềm Nghĩa trở thành nhà cung cấp các sản phẩm làm đẹp trọn vẹn. Tháng 9/2008, thương hiệu Nghĩa Beauty ra đời với các sản phẩm mỹ phẩm và chăm sóc sắc đẹp. Tháng 9/2009, nhãn hàng nước sơn móng O'Beauty xuất hiện trên thị trường với đặc tính nổi trội mà không phải sản phẩm nào cũng có: tính an toàn cho người sử dụng đã được các cơ quan tiêu chuẩn quốc tế châu Âu, Mỹ chứng nhận, được sản xuất theo dây chuyền công nghệ và nguồn nguyên liệu từ Pháp.

**Gởi cả trái tim và khối óc vào sản phẩm**

Nguyễn Minh Tuấn đã dành trọn niềm đam mê của anh vào nghề nghiệp cũng như công việc kinh doanh của mình. Nhưng để nuôi dưỡng niềm đam mê đó, anh đã gởi cả trái tim và khối óc của mình vào đó. Có như thế mới mong làm ra những sản phẩm tốt, được người tiêu dùng đónnhận. Hơn thế nữa, anh còn là người thể hiện sự tôn trọng và yêu mến kháchhàng qua từng sản phẩm. Cầm sản phẩm của anh trên tay, họ thấy cả sự chân thành, sự nỗ lực hoàn thiện để đem đến sự hài lòng cao nhất. Người ta không tìm thấy một sự cẩu thả nào trong các sản phẩm, các mẫu mã bao

bì hay cách trưng bày sản phẩm Kềm Nghĩa. Và chính họ đã bình chọn cho Kềm Nghĩa là Hàng Việt Nam chất lượng cao 10 năm liền.

Ông Trương Gia Bình trong buổi trò chuyện với tác giả Cranford

Tất cả những điều anh cố công làm đều xuất phát từ triết lý thành công của anh: "Nếu bạn yêu thương người khác thế nào thì bạn sẽ được nhận lại tình yêu của họ như thế". Với anh, những khách hàng chính là người thân đáng để anh trao cho họ tình yêu thương vô bờ bến bằng những chăm chút cho từng sản phẩm gửi đến họ. Tất cả gói gọn trong một từ duy nhất giúp anh thành công, chính là chữ "TÂM".

**Bài học từ thất bại**

Thương trường không phải lúc nào cũng thuận lợi theo ý mình. Mặc dù quan điểm của Nguyễn Minh Tuấn rất có lý, nhưng anh đã vấp phải thất bại khi nó không phù hợp với thực tế.

Anh cho rằng, cái tệ của nhiều người Việt là luôn nghĩ đến việc làm sao để rẻ hơn, thay vì làm thế nào cho tốt hơn. Chính vì thế, Nguyễn Minh Tuấn cho rằng anh đã quyết tâm làm ra sản phẩm tốt thì anh có quyền định giá sản phẩm cao, vừa khẳng định giá trị sản phẩm vừa có nguồn lợi nhuận tốt để nâng cao thu nhập của người lao động, tương xứng với những gì họ bỏ ra. Đây là một tư duy mới mẻ đối với doanh nhân Việt, và chính tư duy đó đã đưa Nguyễn Minh Tuấn đến con đường làm giàu, đến một vị thế cao trên thương trường. Giá sản phẩm của anh cao gấp 4 lần so với sản phẩm Trung Quốc nhưng thị trường vẫn chấp nhận, thậm chí

mỗi lần tăng giá, doanh thu lại càng tăng.

Tuy nhiên, khi anh quyết định tăng giá bán vào tháng 3/2007 thêm 15% và tăng tiếp 60% vào 4 tháng sau thì nhận được phản ứng tiêu cực từ phía thị trường. Quyết định này trùng hợp với thời điểm kinh tế khủng hoảng, nhu cầu giảm; hai yếu tố cộng lại khiến doanh thu lập tức giảm 40%, Nguyễn Minh Tuấn buộc phải thu hẹp sản xuất, cho nhiều công nhân nghỉ việc.

Có thể nhiều người khi gặp sự cố này sẽ thay đổi quyết định và điều chỉnh chiến lược về giá. Nhưng Nguyễn Minh Tuấn vẫn quyết định giữ giá bán, bởi giảm giá đồng nghĩa với lợi nhuận thu về thấp, càng khiến công ty khó khăn hơn. Anh nhìn lại chiến lược tăng giá của mình bị sơ suất ở điểm nào và từng bước điều chỉnh, khắc phục một cách linh hoạt. Sang năm 2008, doanh thu chỉ giảm 5% và năm 2009 đã phục hồi với mức tăng 15%. Từ đó anh rút ra bài học rằng, mọi quyết định dù lý thuyết là đúng, vẫn phải cần đúng lúc, đúng chỗ mới có thể phát huy hiệu quả.

**Chăm lo từ chính người lao động của mình**

Vốn đã không may mắn từ thuở nhỏ, lăn lộn đi làm công để kiếm sống nên Nguyễn Minh Tuấn hiểu được hoàn cảnh của những người đi làm công. Vì thế, việc làm hướng về cộng đồng của anh, trước hết chính là việc anh lo lắng cho người lao động của mình. Anh luôn có thái độ chan hòa, yêu thương họ, tạo điều kiện để họ làm việc và xem công ty như mái nhà thứ hai của mình. Chính điều này đã giúp cho công ty Kềm Nghĩa có một sức mạnh nội tại rất lớn, bởi các nhân viên đồng lòng góp sức vì sự phát triển của công ty, xem sự phát triển của công ty chính là sự phát triển của bản thân mình, gia đình mình.

"Hãy trả lại cho cộng đồng khi bạn đã gặt hái thành quả từ họ" là cốt lõi văn hóa kinh doanh mà Nguyễn Minh Tuấn hun đúc cho Kềm Nghĩa. Vì thế, anh đã tích cực tham gia nhiều hoạt động xã hội, chia sẻ lợi nhuận có được từ kinh doanh cho cộng đồng, góp phần làm cuộc sống tốt đẹp hơn. Suy cho cùng, một doanh nhân làm giàu đâu chỉ để đem lại một cuộc sống sung túc cho bản thân, thỏa mãn những khát vọng của cá nhân mình. Mà hơn thế, họ còn làm cho rất nhiều người hưởng được những lợi ích từ thành công của họ. Đó mới thật sự là thành công bền vững. Nguyễn Minh Tuấn đã, đang và sẽ làm được như thế, và hơn thế nữa, "cho cuộc sống thêm ý nghĩa".

**LÝ NGỌC MINH: DỰNG NGHIỆP TỪ ĐẤT - VINH QUANG TỪ ĐẤT**

Tác giả Cranford và ông Đặng Lê Nguyên Vũ

NNgười ta gọi ông là "Edison Việt Nam", "ông vua gốm sứ Việt Nam" hay người "biến hạt bụi thành... vàng ngọc"... Đó chính là "Chân dung thu gọn" của ông Lý Ngọc Minh, người khai sinh ra Công ty TNHH Gốm sứ Minh Long, trị giá trên 100 triệu đô-la Mỹ; tạo ra hơn 3.000 việc làm cho người lao động; các sản phẩm được xuất khẩu sang Nhật Bản, Pháp, Đức, Thụy Sĩ và Mỹ, với giá trị xuất khẩu chiếm 70-80% doanh thu...

Sản phẩm sứ Minh Long vinh dự được chính phủ Việt Nam dùng làm quà tặng cấp Quốc gia ở những sự kiện lớn như Hội nghị APEC năm 2006, Hội nghị Cấp cao ASEAN 17. Gốm sứ cao cấp Minh Long đã đạt nhiều danh hiệu quốc gia và giải thưởng Châu Á Thái Bình Dương (Global Performance Excellence Award - GPEA)...

Năm 2007, ông Lý Ngọc Minh được Nhà nước phong tặng danh hiệu Anh hùng Lao động.

Ông Lý Ngọc Minh đón chúng tôi trong sảnh lớn ở tầng hai, khu văn phòng trung tâm Công ty TNHH Gốm sứ Minh Long. Người đàn ông quyền lực với vẻ ngoài nho nhã, bặt thiệp, ân cần trò chuyện với chúng tôi. Những trang đời được mở ra, những câu chuyện riêng ẩn được kể lại, những quãng thăng trầm được nhắc đến...về một con người đã dùng cả cuộc đời mình thực hiện giấc mơ gốm sứ.

**Từ giấc mơ của một cậu bé**

Sinh ra trong một gia đình đã 3 đời làm nghề gốm, cha mất khi cậu bé Lý Ngọc Minh chưa đầy 7 tuổi. Con đông, nhà nghèo, mẹ phải tái giá khi cậu chưa đầy 10 tuổi. 12 tuổi, khi cùng cha dượng xem triển lãm gốm Tân Hòa Phát, Lý Ngọc Minh đã "bén duyên" với gốm sứ để rồi mấy mươi năm sau chính mình làm nên một thương hiệu rạng danh tổ nghiệp.

Dù lúc ấy chỉ là một cậu bé, nhưng vẻ đẹp kỳ diệu của những món đồ gốm trong lần theo chân cha dượng dự triển lãm đã ám ảnh Ngọc Minh... Lần đầu tiên trong đời cậu bé thấy được những thứ đồ sứ tinh xảo, xinh đẹp đến vậy, thật khác xa với những sản phẩm gia dụng bình dân, đơn giản với 2 màu men xanh nâu truyền thống mà cậu thấy hàng ngày trong lò gốm của mẹ và những người hàng xóm. Trong lòng cậu bé đã nhen nhóm một

cuộc "cách mạng" nghề gốm trên chính quê hương và lò gốm nhà mình.

Được gia đình cho theo học cả hai trường của người Việt và người Hoa nhưng cậu bé Minh sớm phải nghỉ học khi chưa kịp tốt nghiệp tiểu học vì gia cảnh nghèo khó. Nhưng lòng ham học hỏi thôi thúc cậu tìm cách theo đuổi một chương trình hàm thụ tiếng Trung qua thư ở một trường học Đài Loan. Một cô gái đã đồng hành cùng cậu trên con đường khổ luyện đó và sau này trở thành người vợ hiền đồng hành với Lý Ngọc Minh suốt cả cuộc đời.

Với vốn tiếng Trung khá tốt cậu tự tìm đọc tài liệu về cách tạo màu men sứ qua sách báo tiếng Hoa dịch từ các tài liệu của Anh, Pháp, Đức, Ý,... Mê mẩn với những sắc màu rực rỡ trên các tuyệt phẩm gốm sứ của phương Tây, 16 tuổi Lý Ngọc

Minh cùng người bạn thân thiết là Dương Văn Long mở một phòng thí nghiệm nghiên cứu men sứ (gọi là phòng thí nghiệm nhưng thực ra đó chỉ là một cái kho đất sơ sài cùng dụng cụ thí nghiệm là mấy cái keo, lọ, chai xì dầu đựng axit, chiếc cối cà, ống hút.). Sau ba năm miệt mài trong phòng thí nghiệm, kiến thức kỹ thuật từ lò gốm của gia đình khác xa với kỹ thuật của thế giới, trải qua hàng ngàn thất bại hai chàng trai trẻ đã tìm ra công thức tạo nên men sứ của riêng mình, kết hợp được nét độc đáo của kỹ thuật truyền thống Việt Nam và thế giới. Năm 1970, hai người bạn cùng nhau thành lập Công ty Gốm sứ Minh Long.

Sản phẩm đầu tiên là chiếc bình hoa sặc sỡ được mẹ mang từ Bình Dương ra Chợ Lớn (Sài Gòn) chào hàng. Ngay lập tức sản phẩm được đón nhận, người ta chuyền tay nhau trầm trồ bởi màu men tươi tắn, bởi kiểu dáng đẹp, lạ mắt. Tiếng lành đồn xa, thương lái tìm về đến tận Bình Dương đòi gặp cho được "ông chủ lò gốm" và không thể tin được rằng đó chỉ là hai chàng trai trẻ nhà quê lấm lem trong chiếc quần soọc. Thành công đầu tiên khiến cả hai chàng trai trẻ càng trở nên tự tin dấn thân trên con đường gốm sứ.

Hai năm sau, Lý Ngọc Minh bắt gặp bình hoa sản xuất từ Đài Loan có kiểu dáng, họa tiết rất tinh xảo giá 200 USD (tương đương 55.000 đồng trong khi vàng chỉ có 50.000 đồng một lượng lúc bấy giờ). Đó là một món tiền quá lớn với một người mới khởi nghiệp nhưng không thể không mua để nghiên cứu. Nâng chiếc bình trên tay ngắm nghía, anh quyết định không thể cứ hài lòng với mấy món đồ gốm sơ sài, mình phải làm được bằng như thế hoặc hơn người ta! Minh Long bắt đầu xuất khẩu sản phẩm qua các nước Âu

Mỹ và trở thành công ty gốm sứ cao cấp Việt nam nổi tiếng với gần 200 nhân công.

Khát khao ấy chưa kịp thực hiện thì sau ngày thống nhất đất nước, Công ty Gốm sứ Minh Long bị xếp vào dạng cần phải cải tạo tư sản. Sự nghiệp được xây đắp bằng mồ hôi nước mắt quay về con số không. Giấc mơ gốm sứ tạm gác lại, chàng trai trẻ ngoái lại nhìn lò xưởng nằm im lìm không ngọn khói, leo lên chiếc xe đạp cọc cạch, rướn mình trườn bánh trên con đường gồ ghề trước mắt tìm mảnh đất hoang cuốc đất trồng rau.

Nhưng ngay cả trồng rau thì anh cũng không thể chấp nhận mình là một nông dân ưng lòng với những điều ai cũng làm được, không thể kiếm sống qua ngày một cách tạm bợ. Vườn rau của anh chỉ sử dụng các giống rau quả nhập khẩu, độc đáo, chất lượng cao, chăm bón với quy trình khoa học ... Chẳng mấy chốc rau của anh nổi tiếng khắp vùng, không bao giờ đủ bán.

Nghề nông đem lại cuộc sống khấm khá cho gia đình, nhưng đó không phải là mục đích cuối cùng, cái anh muốn là lãnh đạo địa phương biết đến để không quên một Lý Ngọc Minh đam mê nghề gốm. Lấy hiện thực cuộc sống để nuôi dưỡng ước mơ, điều đó đã đánh động đến ông Bảy Thân (Chủ nhiệm Ủy ban Khoa học tỉnh Bình Dương) đến tận nơi thăm rẫy hoa màu rau trái của anh. Trước khi ra về ông Bảy Thân nắm vai anh lắc lắc: "Tao thấy mày làm nghề nông cũng tốt, nhưng không phải nghiệp của mày. Hãy trở về với nghề gốm sứ đi".

"Được lời như cởi tấm lòng", Lý Ngọc Minh quyết tâm trở lại đốt lửa những chiếc lò đã nguội lạnh ba năm mặc cho gia đình, bạn bè can ngăn, e ngại anh sẽ trắng tay lần nữa.

**... đến Thương hiệu Quốc gia**

Một không gian của cà phê Trung Nguyên

Năm 1990 ông Minh thực hiện cuộc "cách mạng" thứ nhất về công nghệ với 98% sản phẩm được xuất khẩu. Một năm sau, ông được cấp giấy phép xuất khẩu đầu tiên cho các doanh nghiệp Việt Nam và gốm sứ Minh Long tái ngộ khách hàng Âu Mỹ. Đến năm 1995, khi sản xuất đồ sứ bàn ăn cao cấp cũng là lúc ông Minh bắt đầu cuộc tìm kiếm hình hài đặc trưng cho sản phẩm. 5 năm đi khắp các nước châu Âu, rồi đến Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, những nơi được xem là cội nguồn của gốm sứ để tìm những ý tưởng và công nghệ mới. Nhưng kỹ thuật, công nghệ làm sứ gia dụng hiện đại vẫn không làm ông thỏa mãn, ông nói: "Tôi muốn sản phẩm của mình đậm chất Việt Nam nhưng vẫn hiện đại, mang tầm quốc tế".

Năm 1996 ông Minh thực hiện cuộc "cách mạng" thứ hai, đưa gốm sứ về thị trường nội địa. Cũng năm ấy, trong khi hầu hết cơ sở sản xuất gốm sứ trong nước còn sử dụng công nghệ lạc hậu thì Minh Long đã bỏ ra hàng triệu USD để nhập lò nung của EU, đồng thời đầu tư trang bị dây chuyền sản xuất tiên tiến và hiện đại mang tầm cỡ quốc tế, thuê kỹ sư nước ngoài lắp ráp cùng với những bí quyết sáng tạo riêng như thêm bớt các chi tiết của lò nung để có thể điều chỉnh ngọn lửa phù hợp với màu men độc đáo, tạo sự mịn màng và chiều sâu cho màu men, những điều mà

ngay cả các hãng gốm sứ nổi tiếng lâu đời trên thế giới từ châu Âu, Nhật Bản vẫn chưa làm được.

Minh Long luôn thực hiện nguyên tắc: bốn không - bốn có. Đó là "không thời gian, không biên giới, không giới tính, không tuổi tác"; và "có văn hóa, có nghệ thuật, có phong cách riêng và có hồn". Với slogan "Tinh hoa từ đất, tinh xảo từ người", "Hồn Việt trong mỗi nếp nhà", Minh Long đặt giá trị cao nhất về niềm tin chất lượng sản phẩm và chất lượng phục vụ.

Gốm sứ Minh Long

"Vua gốm sứ Việt" Lý Ngọc Minh đưa chúng tôi vào Showroom Minh Sáng. Lộng lẫy và choáng ngợp, đó là cảm giác đầu tiên đến với chúng tôi trước vô vàn sản phẩm gốm đẹp rạng ngời. Sau đó là sự say mê bởi vẻ đẹp lung linh, huyền ảo, sang trọng của các sản phẩm gốm sứ tinh xảo đến lạ lùng với màu đỏ thắm, bóng trong, màu xanh vua, màu đỏ cung đình huyền thoại. Rõ ràng một phong cách rất châu Âu nhưng vẫn toát nên hồn cốt Việt. Những chiếc bình rất lạ, mỗi chiếc một kiểu dáng, hoa văn chìm ẩn tinh thần phương Đông, vừa rất ấn tượng theo kiểu phương Tây với màu men tươi sáng lung linh, rực rỡ. Điều đó làm nên "chất riêng" của gốm sứ Minh Long.

Vẻ đẹp của gốm sứ Minh Long ẩn chứa triết lý phương Đông, cũng như trong cách sống, làm việc, quan niệm, ứng xử của ông Lý Ngọc Minh mấy mươi năm qua đều bàng bạc triết lý nhân sinh sâu sắc mà sách vở của hai bậc thức giả Nguyễn Hiến Lê và Nguyễn Duy Cần mang lại.

Câu chuyện của Minh Long là câu chuyện của hạt bụi bé nhỏ phôi thai trong cuộc hợp hôn của Trời và Đất, được tạo hình, nhúng men, qua ngọn lửa thiêng 1.380 độ C, trang trí rồi bừng sáng bởi hồn cốt Việt. Câu chuyện của đất, tay người và công nghệ cao, rất dân tộc nhưng quốc tế, nhân loại. Đó là nội dung bộ phim tư liệu "Đất của mẹ" do ông Lý Ngọc Minh biên tập và cũng là câu chuyện về chính ông, đời thứ 3 của dòng họ Lý làm rạng rỡ Tổ nghiệp, một dòng họ dựng nghiệp từ đất và vinh quang từ đất!

Một bạn trẻ trong đoàn bất chợt hỏi: "Cháu làm thế nào để có thể thành công như bác?", ông Minh cười hiền: "Bạn trẻ, bạn phải có ước mơ nhưng ước mơ thôi chưa đủ. Bạn phải thắp lửa đam mê và đặt mình vào thế phải thực hiện bằng được ước mơ. Nếu bạn có ngọn lửa đó, nó sẽ thắp sáng vạn vật để làm nên sự sống".

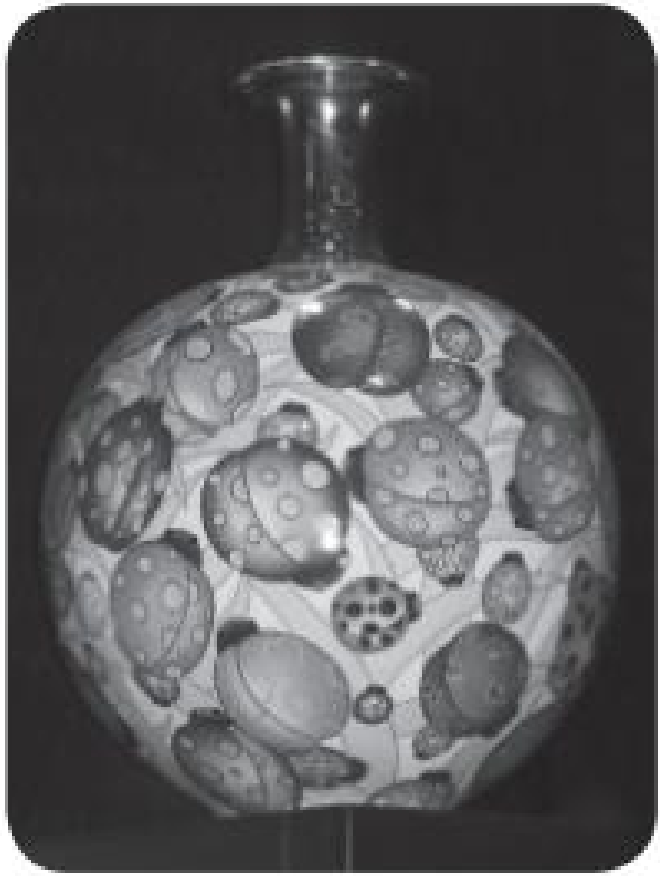
Những thăng trầm, vất vả mấy mươi năm của Lý Ngọc Minh giờ đây chỉ nhẹ nhàng như một giấc mơ, nhưng: "Thành tựu lớn nhất trong cuộc đời tôi vẫn còn ở phía trước kia", ông mỉm cười điềm đạm. Bỗng ông chuyển giọng đầy đam mê, ánh mắt ngời sáng: "Không có gốm thì không có cuộc sống loài người từ lúc khởi thủy mà cũng không có ngành khoa học vũ trụ ngày nay. Còn rất nhiều việc để làm cho gốm và giờ đây tôi đặt hy vọng vào thế hệ thứ tư của Minh Long".

Sản phẩm Minh Long đi khắp thế giới, nhưng đại gia đình ông lại yên bình quây quần ở thành phố nhỏ Bình Dương. Các con ông, không chọn con đường khởi nghiệp ở nước ngoài - nơi họ được đào tạo - mà đều quyết định trở về tiếp tục viết lên câu chuyện gốm sứ của dòng tộc. Ông không buộc họ trở về, chính dòng máu đam mê chảy trong huyết mạch họ thôi thúc họ trở về.

Là một tác giả, tôi gặp rất nhiều người để lại cho tôi những ấn tượng tuyệt vời. Tôi thực sự được chiêm ngưỡng họ, thẩm thấu những trải nghiệm của họ để hiểu biết họ. Với ông Lý Ngọc Minh, cốt cách của một con người trọng tình, trọng nghĩa đã chi phối quan niệm kinh doanh, tôi rất trân trọng. Đẹp tuyệt vời và kỳ ảo, gốm sứ Minh Long thực sự gây sự chú ý và làm ấm tâm hồn người thưởng ngoạn. Tôi có cảm giác đặc biệt này khi nhìn thấy một chiếc bình hoa trang trí hình Bọ Cánh Cam trong cuốn catalogue ông Minh đã tặng tôi. Tôi chỉ muốn đặt nó trong nhà tôi một thời gian ngắn để giới thiệu với bạn bè và những người khách của mình.

Và khi tôi ngỏ ý về điều này, ông Lý Ngọc Minh không chỉ đã đồng ý mà còn muốn tặng nó cho tôi. Đến khi chúng tôi cùng bước vào

Showroom Minh Sáng, ông nhận ra chiếc bình đó là hàng trưng bày và không thể cho tặng ai; nếu muốn chế tác một cái khác phải mất 3 tháng, và do đó ông đã cốgắng chọn cho tôimột chiếc bình khác. Nhưng với tôi, chiếc bình ấy rất đặc biệt nên tôi nói rằng tôi sẽ chờ đợi 3 tháng để có được nó. Tôi đã rất sửng sốt khi nhìn thấy giá niêm yết của chiếc bình. Khi biết giá trị của nó lên đến vài ngàn đô-la, tôi không chắc là ông vẫn quyết định tặng nó cho tôi. Nhưng ông đã đề nghị tôi chọn thêm một món quà khác để mang về nhà trong khi chờ đợi chiếc bình đặc biệt đó!



Chiếc bình có họa tiết
Bọ Cánh Cam
ông Lý Ngọc Minh tặng
cho tác giả Cranford

Chỉ là một câu chuyện nhỏ nhưng cảm xúc đọng lại trong tôi thật mạnh mẽ.Đó không phải bởi giá trị của chiếc bình mà đon giản đó làgiá trị của một lối ứng xử rất nhân văn, rất chuẩn mực mà tôi thực lòng cảm kích.